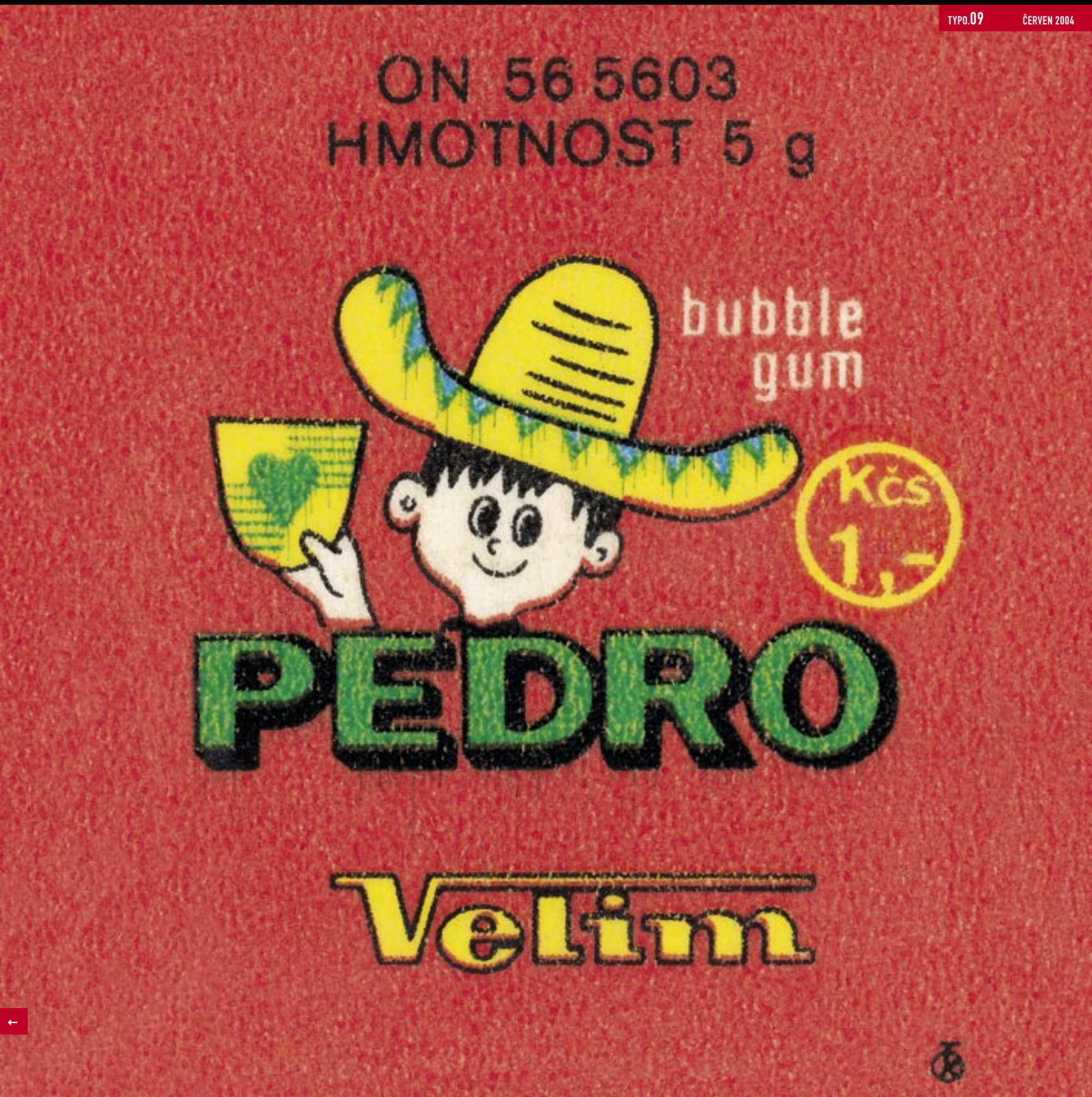
TYPO

typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

TYPO.09 ČERVEN 2004



Partneři časopisu / Partners of magazine

generální partner/ general partner

ADAST a. s. je největším výrobcem polygrafických strojů v České republice. Vyrábí jedno až šestibarvové archové ofsetové stroje ADAST Dominant a ADAST ve formátech A3, B3, A2 a B2. Zejména vícebarvové stroje se vyznačují množstvím automatizačních prvků umožňujících rychlou přípravu stroje k tisku a vysoký produkční výkon.

ADAST a. s.
Mírová 2 č. p. 87, 79 04 Adamov
tel.: 516 517 111, fax: 516 511 003
e-mail: marketing@adast.cz
www.adast.cz, www.adast.com

hlavní partneři / main partners

Distributor a produkční partner společnosti Linotype Library, dodavatel a systémový integrátor grafických, předtiskových a publikačních systémů a zařízení pro produkční digitální tisk.

DataLine Technology spol. s r. o.
Drahobejlova 6, 190 00 Praha 9, Česká republika
tel.: +420 284 811 400, fax: +420 284 811 409
e-mail: obchod@dataline.cz
www.dataline.cz

Výhradní distributor Adobe Systems pro ČR a SR. Dodavatel aplikací pro klasické, internetové a multimediální publikování a pro elektronickou distribuci a archivaci dokumentů. Specializované školící středisko aplikací Adobe.

AMOS Software, spol. s r. o.
Patočkova 61, 169 00 Praha 6, Česká republika
tel.: +420 284 011 211, fax: +420 284 011 212
e-mail: obchod@amsoft.cz
www.amsoft.cz

tiskárny / printers

Kompletní předtiskové, tiskové a knihařské služby: ofsetový tisk B1 a B2 (Heidelberg), vazby V1 a V2, automatický výsek B1, falcování, slepotisk, trojřez, DTP, scan, osvit CtP

K. P. R. s. r. o.
Pod Šancemi 4/196, 190 00 Praha 9
tel.: 266 311 822, fax: 266 311 820, e-mail: info@kprtisk.cz
www.kprtisk.cz, www.mojetiskarna.cz

DTP, redigitalizace filmů, osvit CtP, archový i rotační ofsetový tisk na strojích Heidelberg, vazby V1 a V2

Tiskárna Praha
Poděbradská 540, 190 00 Praha 9 – Vysočany
tel.: 225 277 111, fax: 225 277 249, e-mail: obchod@praha.reproprint.cz

Tiskárna Zádveřice
763 12 Zádveřice 48, Zlínský kraj
tel.: 577 687 111, fax: 577 687 112, www.reproprint.cz

CTP Heidelberg, archové stroje Heidelberg ve formátu B1 a B2, dokončovací a knihařské práce grafické návrhy, DTP, zlom, scan

AF BKK, s. r. o.
Podkovářská 6, 190 00 Praha 9
tel.: 284 028 802–804, fax: 284 028 840
afbkk@afbkk.cz, obchod@afbkk.cz
www.afbkk.cz

partneři / partners

ADOBE AUTHORIZED SERVICE PROVIDER

grafické návrhy, DTP, scan, osvit velkoformátový a digitální tisk prodej fontů URW++ a Adobe

Studio Marvil, s. r. o.
Ječná 29, 120 00 Praha 2
tel.: 224 941 955, fax: 224 941 145
marvil@marvil.cz
www.marvil.cz

21. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2004 (15. 6.–24. 10.)

grafický design, ilustrace a písmo v knihách, časopisech, novinách a novinových médiích

BIENÁLE BRNO
Moravská galerie v Brně, Husova 18, 662 26 Brno
tel.: +420 532 169 160, fax: +420 532 169 180
e-mail: bienale@moravska-galerie.cz
www.bienale-brno.cz

Océ umožňuje svým zákazníkům účinné a efektivní zpracování dokumentů nabídkou průběžně inovovaných produktů pro správu a tisk dokumentů pro profesionální prostředí.

Océ-Česká republika, s. r. o.
Hanusova 18, 140 21 Praha 4
tel.: +420 244 010 111, fax: +420 244 010 190
e-mail: info@oce.cz, http://www.oce.cz
http://shop.oce.cz

UMAX Czech a. s. – oficiální zastoupení značky UMAX pro Českou a Slovenskou republiku. Tradiční dodavatel profesionálních skenerů a softwaru pro DTP, prezentační techniky a notebooků – výkonných přenosných pracovních stanic.

UMAX Czech a. s.
Hloubětínská 11, 198 00 Praha 9
tel.: 284 000 111, fax: 284 000 101
e-mail: info@umax.cz, www.umax.cz

(nejen) knižní typografie a sazba, jazykové redakce, korektury, školení grafických pracovníků

Studio LACERTA
Žitomírská 22, 101 00 Praha 10 – Vršovice
tel.: 603 746 009, 271 720 777
sazba@sazba.cz
www.sazba.cz

partneři / partners

Univerzální tiskárna a grafické studio. Tisk katalogů a časopisů V1, V2, V3, automatický výsek.

OMIKRON Praha, spol. s r. o.
Doudova 22, 147 00 Praha 4
tel.: 261 218 309–10, fax: 261 227 946
výroba: U Elektry 650, Praha 9 – Hloubětín
e-mail: omikron@omikron.cz
www.omikron.cz

partner / partner

partner / partner

partner / partner

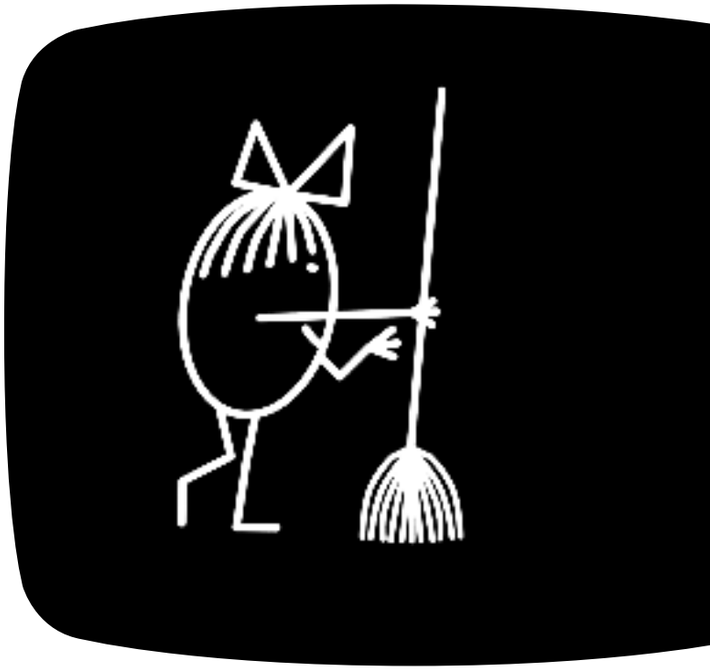
partner / partner

TYPO typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

ČLEN ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK . A MEMBER OF ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK icograda

→ **www.magtypo.cz**
→ **vydavatel** publisher
Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Společnost je zapsaná u městského soudu Praha, oddíl C, vložka 80559
→ **adresa** address
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3
tel./phone: +420 271 737 788
fax: +420 272 736 252
→ **předplatné** subscription
predplatne@magtypo.cz
sub@magtypo.cz
→ **manažerka redakce** editorial office manager
Linda Kudrnovská (linda@magtypo.cz)
→ **inzerce** advertising
Tomáš Frk (tomas@magtypo.cz)
Martin Jamrich (martin@magtypo.cz)
→ **redakce** editors
redakce@magtypo.cz, pr@magtypo.cz
Filip Blažek (filip@magtypo.cz)
Pavel Kočička (catt@magtypo.cz)
Jakub Krč (jakub@magtypo.cz)
Pavel Zelenka (pavel@magtypo.cz)
→ **grafika** design
Jana Vahalíková (jana@marvil.cz)
→ **pre-press**
Studio Marvil (www.marvil.cz)
→ **tisk** print
K. P. R. spol. s r. o. (www.kprtisk.cz),
tištěno na papír BLACK LABEL mat / printed on BLACK LABEL mat paper – 150 g/m² & 250 g/m²
→ **programy** software
Adobe InDesign®, Adobe Photoshop®, Adobe Acrobat®, ScenicSoft ColorCentral®, ScenicSoft Preps®

Vydávání povoleno Ministerstvem kultury ČR pod číslem MK ČR E 13984, ISSN 1214-0716. Názvy produktů a jmen firem zmiňovaných v magazínu mohou být chráněny ochrannými známkami. Přebírání jakýchkoliv údajů z magazínu je povoleno pouze s písemným souhlasem vydavatele.
Materials from this magazine must not be copied or further published without the consent of the editors.



↗ **Pan(í) Vajíčko** hlavní hrdina reklamní znělky Československé televize. Autorem je Eduard Hofman, jeden ze zakladatelů studia Bratři v triku a zakladatel oddělení televizní animované tvorby v ČT. Mr/Ms Egg was a protagonist of Czechoslovak TV jingle. It was designed by Eduard Hofman, the co-founder of the famous Bratři v triku studio.

TYPO.EDITORIAL 1

TYPO.FENOMÉN 2
Jakub Krč → **egyptienka: monstrum, které se nechalo polidštit**

TYPO.TÉMA 8
Denisa Kera → **ikonofilie a grafický hédonismus**

TYPO.ESEJ 14
Bohuslav Vaněk-Úvalský → **vzpomínka na doby, kdy se ještě psalo písmeny**

TYPO.PROJEKT 18
Alan Záruba → **E-A-T**

TYPO.AKCE 26
Pavel Kočička a Pavel Zelenka → **typo na typo**

TYPO.INTERVIEW 29
Filip Blažek a Pavel Zelenka → **Jan Middendorp**

TYPO.FOTOESEJ 32
Linda Kudrnovská → **uklízejte v Umzimkulu**

TYPO.RECENZE 40

Milí čtenáři, v letošním roce se v České republice koná několik akcí zajímavých pro typografy a grafické designéry. Jelikož cítíme potřebu toto dění podpořit, stal se časopis TYPO partnerem letošního ročníku 21. mezinárodního bienále grafického designu Brno a výroční konference Mezinárodní asociace typografů ATypI v Praze.
Letošní Bienále kromě tradiční soutěžní expozice (tentokrát s tématem Grafický design, ilustrace a písmo v knihách, časopisech, novinách a nových médiích) a výstavy mezinárodní poroty nabídne zajímavý doprovodný program: např. výstavu vítěze z roku 2000, rakouského designéra Stefana Sagmeistera, nebo projekt Johanny Balušíkové a Alana Záruby e-a-t (Experiment a typografie). Více si o tom můžete přečíst v tomto čísle časopisu.
Na pražskou konferenci ATypI se do Prahy sjede řada slavných typografů: Matthew Carter, Jean François Porchez, Erik Spiekermann a další. Z českých přednášejících jmenujme alespoň Ivu Knobloch, Františka Štorma a Josefa Týfu.
Přejeme vám krásné léto! [redakce] ✖

Dear readers, several events interesting for typographers and graphic designers are taking place this year in the Czech Republic. In view of the fact that we feel the need to support these events, the TYPO magazine has become a partner in this year's 21st International Biennale of Graphic Design in Brno and the annual conference of the International Association of Typographers ATypI in Prague.
Apart from the traditional competition exhibitions (this time on the theme of Graphic Design, Illustrations and Types in Books, Magazines, Newspapers and New Media) and the exhibition of the international jury, this year's Biennale will offer an interesting additional programme: e.g. an exhibition of the winner of 2000, the Austrian designer Stefan Sagmeister, or the project of Johanna Balušíková and Alana Záruba e-a-t (Experiment and Typography). You can read more about this in this issue of the magazine.
A number of famous typographers will be coming to the ATypI Conference in Prague such as Matthew Carter, Jean François Porchez and Erik Spiekermann. Of the Czech speakers we can at least mention Iva Knobloch, František Štorm and Josef Týfa.
We wish you a lovely summer! [the editorial office] ✖

TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus (Regular, Medium, Semibold, Black) Fette Engschrift (Regular) → URW++

nabízíme kvalitní a rychlou vazbu V1 na Heidelberg/Stahl ST 300
dále ofsetový tisk do formátu B1 , vazbu V2 a osvit na CtP
TISKNEME RÁDI
Pod Šancemi 4/196, 190 00 Praha 9, T: 266 311 822, F: 266 311 820 info@kprtisk.cz, www.kprtisk.cz
kpr TISKÁRNA

EGYPTIENKA

: monstrum, které se nechalo polidštit

TYPO.TEXT **Nimbus Sans** Novus (regular, medium, **semibold**, **heavy**) URW++ → Clarendon URW (light, **regular**, **bold**, **extrabold**)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z

text Jakub Krč
translation Elizabeth Kindlová

TYPOTEXT Clarendon URW (light, regular, **bold**, **extrabold**)

19 **Počátkem 19. století zažívala oblast tiskařství a písmolijectví krizi i expanzi zároveň: zdokonalovaly se technologie, ale měnily se vlastnické vztahy těch, kdo jimi disponovali (po staletích přestalo platit, že knihtiskař je zároveň majitelem tiskárny); rozšiřovala se nabídka písem, ale zároveň nabývaly na významu nové typy tiskovin (leták, plakát, novinová a časopisecká reklama), kde stará písma přestávala fungovat. Statické antikvy, byť doplněné o nejšílenější ornamenty, byly zkrátka až příliš statické pro dynamickou dobu. Někteří tiskaři pochopili, že je čas pro radikální řešení: odstřihnout se od tradice a přijít se zcela novou skupinou písem, která se v právě rodícím reklamním průmyslu neztratí. Historici se dodnes přou o to, zda to byl Angličan Robert Thorne, či Vincent Figgins, koho napadlo zesílit, hyperbolizovat tahy i serify písma a dát mu silný dojem hranatosti – tedy stvořit egyptienku. (Pěkně neakademicky ji definuje František Štorm:** „Egyptienky jsou písma veselá, možná proto, že se vyvíjela současně s grotesky. Jestliže monolineárním bezserifovým písmům citelně chybějí patky,

EGYPTIAN: a monster that could be humanised

19 At the end of the 19th century the printing trade and type foundries experienced a crisis and expansion at the same time: technologies were being perfected, ownership relations were changing of whoever held them (after so many centuries it was no longer the case that the printer was also the owner of a printing works); the range of typefaces extended, new printed materials grew in importance (the pamphlet, poster, newspaper and magazine advert), and it was here that the old typefaces ceased to work. Static antiques, though enhanced by the most distinctive ornaments, were too static for the dynamic period. Some printer realised that the time had come for radical solutions: to break with tradition and come up with a totally new group of typefaces that would make their mark in the emerging advertising industry.

Today historians argue over whether it was Englishman Robert Thorne, or Vincent Figgins, who came up with the idea of highlighting, hyperbolising the strokes and serifs of a typeface thereby providing it with an angular look—i.e. creating the Egyptian typeface. (František Štorm has a beautiful non-academic definition for it: "Egyptians are cheerful typefaces, possibly due to the fact that they developed simultaneously with sans-serif faces. If mono-linear sans-serif typefaces palpably lack serifs, then Egyptians literally have them in excess. It is not uncommon for the serif itself to be darker than the stroke it stems from. The forms of many twisted letters resemble the gestures of a juggler, others, rectangular static ones, the profile of a rail or a steel girder—things which, in their time, were new and were unawares observed by the first creators of Egyptians. They are ideal typefaces for circus posters and theatre performance programmes but could also be used for printing on cement bags." However English and international terminology, for that matter, does not know this broader term used for slab-serif that describes any typeface with thicker serifs.)

In the same year of 1817, Thorne produced lottery posters in Egyptian, and Figgins offered Egyptian (albeit marked as Antique) in his typeface sample book. Either way, the new typeface was immediately adopted despite critics raising strong objections condemning Egyptians as monstrous, non-historical and totally non-aesthetical typefaces. (Incidentally until recently Czech and German traditionalists used the term "decadent typefaces" to describe 19th century typefaces.)

In spite of the fact that the name Egyptian came to be adopted by major and minor languages (in English: Egyptian, in French: egyptienne, in Czech: egyptienka), to this day we do not really know why this was so. The classical historians of typefaces most often talk of the dark area of the characters resembling Egyptian darkness or the angularity resembling Egyptian buildings. The more modern interpretation looks for an association with period fashion (Egyptian motifs during the Empire) or fashion itself: anything connected with

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆŒ

← anglická tučná egyptienka
bold Egyptian,
Vincent Figgins, 1828

ABCDEFGHIJKLM

← anglická tučná egyptienka skloněná
bold oblique Egyptian
William Caslon, 1825

ABCDEFGHIJ

← úzká slabá egyptienka
narrow light Egyptian

ABCDEFGHIJKLMN

← úzká půltučná, tzv. anglická egyptienka
semibold narrow Egyptian (so called English)

ABCDEFGHIJK

← **široká slabá** egyptienka
light extended Egyptian

ABCDEFGH

← egyptienka skrojená
cut-off Egyptian

ABCDEFGHIKLM

← egyptienka skeletová a poloskeletová
skeletal and semiskeletal Egyptian

ABCDEFGHIJKLMNO

← **úzká světlá** egyptienka plastická
condensed shadowed Egyptian

ABCDE

← **ornamentální** egyptienka plošná
decorative Egyptian

HOMERTON

pak egyptienkám doslova přebývají. Nezřídka je samotná patka tmavší než tah, ze kterého vyrůstá. Tvary mnohých zakroucených liter připomínají gesto žongléra, jiné, pravoúhle statické, profil kolejnice či ocelové traverzy – věci ve své době nové, mimoděk odpozorované prvními tvůrci egyptienek. Jsou to ideální písma na cirkusové plakáty a programy představení, stejně jako na potisk pytlů s cementem.“ **Anglická a potažmo mezinárodní terminologie však dnes egyptienku nezná, používá širší termín slab-serif, označující jakékoli písmo se zvýrazněnými patkami.)**

Ve stejném roce, 1817, vyvedl Thorne v egyptience plakáty na loterii, a Figgins zase nabízel egyptienku (avšak pod označením Antique) ve svém vzorníku. Buď jak buď, zcela nové písmo se okamžitě ujalo, i přes ostré výtky kritiků, kteří egyptienky odsoudili jako písma monstrózní, ahistorická a zcela neestetická. (Ostatně v české a německé tradici se písma 19. století donedávna označovala termínem „písma úpadková“.)

Přestože se název egyptienka tehdy ujal ve velkých i malých jazycích (angl. egyptian, fr. egyptienne, čes. egyptienka), nevíme dnes zcela spolehlivě, proč tomu tak bylo. Klasičtí historici písem mluví nejčastěji o tmavé ploše znaků připomínající egyptskou tmu nebo o hranatosti napodobující egyptské stavby. Modernější interpretace hledá souvislost spíš s dobovou módou (egyptské motivy v empíru) nebo rovnou s módností: cokoli spojeného s Egyptem bylo v té době v kurzu; pro popularitu nového písma tedy stačilo zvolit takové jméno, které mu samo zajistí pozornost.

K prvním egyptienkám, původně jen ve verzálkách, záhy přibyly nejen minusky, ale i kurzivy (často spíš jen nakloněné řezy) a řada extrémních, byť populárních řezů: od krajně tučných, širokých a v podstatě nečitelných přes vlasové (tzv. skeletové či drátěné) po negativní, ornamentální, plastické, perspektivní… Když se jimi dnes probíráte, stěží se ubráníte srovnání: co dokázal s písmem provést vektorový editor v rukách nepoučeného DTP operátora počátkem 90. let, to dokázaly desítky variací na egyptienku v rukách nenasytných písmolijen a reklamních tvůrců.

Celé to šílenství skončilo s nástupem moderny, pro niž byly egyptienky málo individuální, příliš bezduché a hlavně reprezentující stojaté vody měšťácké kultury, proti níž se představitelé moderny s novou estetikou (mj. i knižní a písmovou) postavili.

TYPO.TEXT Clarendon URW (light, regular, **bold, extrabold**)

Egypt was the trend at the time; all that was required to ensure the popularity of a typeface was to select such a name that would attract attention to it.

Originally the first Egyptian typefaces were printed only in upper case letters, but soon lower case letters were added as well as italics (often just sloping cuts) and a series of extreme though popular cuts: from very bold, wide and basically illegible though hair-like (so-called skeletal or wire-like) to negative, ornamental, plastic, perspective... When you examine these typefaces today, you just have to make a comparison: what a vector editor in the hands of a DTP operator could do with a font at the beginning of the 1990s could be done by dozens of variations of Egyptian in the hands of type foundries and advert creators.

All this madness ended with the onset of Modernism under which Egyptians lacked individuality, spirit and most of all represented the stagnant waters of middle-class culture, to which the representatives of Modernism with their new aesthetics (that included book and letter) stood up in opposition.

20 The ornamental nature and individuality of Modernist typefaces gave way, at the beginning of the 20th century, to the Avant-garde aiming at unrestrained playfulness and experimentation (Dadaism, [Cubo]Futurism) tending towards mass simplicity, new aesthetics expressed in the popularity of typefaces constructed on the basis of geometric foundations free of superfluous sketch-like peculiarities and even serifs. The first attempts were made at the start of the 1930s of returning to Egyptian typefaces. This being dictated by both market interests (the market knows only too well that as soon as something is half-forgotten it may again be exploited as a “novelty”—so type foundries began to issue modern replicas of popular 19th century Egyptian typefaces: one of the most successful was Superba by E. Thiele, cast by the Swiss firm of Haas’sche Schriftgiesserei), and being the result of the search for new typographical expression.

Keith Tam in his excellent essay about Egyptian typefaces describes Eric Gill as the first typographer who realised their potential and was inspired by them in the **Solus** (1929) and **Joanna** (1930) typefaces. However, he did not intend using them for advertising work but for book typography.

This links him to the German typographers who managed to combine Egyptian with the Avant-garde geometrical grotesques and by this combination brought life to a series of modern Egyptian typefaces designed for broader use.

At the end of the 1920s Heinrich Jost designed the **Beton** typeface for Frankfurt’s Bauersche Giesserei, whereas Rudolf Wolf the **Memphis** typeface for the D. Stempel A. G. type foundry. While Beton comes closer to the classical Egyptian (possessing the typical serif and not single-bellied “a”), Memphis, with a bit of exaggeration, looks like Futura, with the additional distinctive serifs. The popularity of both typefaces gave rise to a whole series of similar modern “redesigns” of old Egyptian typefaces not only in Germany: Americans came up with the popular typefaces **Cairo**, **Karnak** or **Stymie**, the English with **Rockwell** and **Scarab**.

Critics may not have reached agreement as to whether distinctive serifs make reading easier or difficult, however type foundries were clear in their intentions—the sample book of the Ludlow firm of 1931 to the Karnak typeface contains a witty comment: “Sans-serif letters do not cohere well together Egyptians do. To speak Irish, Karnak is a sans-serif with serifs.”

The modern Egyptians have become classic typefaces and today they also appear in electronic form in the selection offered by every big type foundry; all can be found on the Internet under URW, Agfa Monotype and LinoType.

Between the 1970s and 1990s the classical and modern Egyptians were joined by the “Post-modern” Egyptians. So just as architecture, art and philosophy revert to tradition as a free stock of sources, which may be individually combined without being subjected to any dominating aesthetical dogma, so typographers approach the typeface tradition with similar freedom and create a number of remarkable responses to Egyptians. In the Internet stores you can find extensive elaborate font families for versatile application as well as single-use “insane” fonts of one style suitable only for printing on a model of a Wild West stagecoach.

21 The nineteenth century discovered Egyptians, the twentieth century verified the versatility of their application and (as nicely stated by Robert Bringhurst) “humanised” them. What will happen to them in the twenty-first century? It will only be possible to state by looking back in the same way in a century’s time...✖

↓ anglická tučná egyptienka, Vincent Figgins, 1828
bold Egyptian, Vincent Figgins, 1828

From an advertisement in “The Athenian Gazette” of 1696, it appears that the Coffee-houses

ABCDEFGHIJKLMNOPQR

← **Profil**
E. & M. Lenz,
Haas'sche Schriftgiesserei A. G., 1947

ABCDEFG

← **Beton**
Heinrich Jost
Bauersche Giesserei, 1930

ABCDEFGHIJKLMNOPQR

← **Superba**
E. Thiele
Haas'sche Schriftgiesserei A. G., 1932

A B C D E F G H I J K

← **Lichte Beton**
Heinrich Jost
Bauersche Giesserei, 1930

ABCDEFGHIJ

← **Memphis**
Rudolf Wolf
D. Stempel A. G., 1930

ABCDEFGH123

← **Rockwell Open**
Am, Monotype

ABCDEFGHIJKLMNOPQ

← **Stymie**
Morris Fuller Benton, Sol Hess,
Gerry Powell
1935–1937

ABCDEFGH

← **Clarendon**
Hermann Eidenbenz
Linotype, 1953

ABCDEFGHIJKLMNOPQ

← **Serifa**
Adrian Frutiger
1967

ABCDEFG

← **ITC Lubalin Graph**
Herb Lubalin, Tony Di Spigna,
Joe Sundwall
1974

ABCDEFGHIJKLMNOP

← **Officina Serif**
Erik Spiekermann
1990

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS

← **Farao**
František Štorm
1996

20 Zdobnost a individualitu písem moderny vystřídala počátkem 20. století avantgarda, směřující od živelné hravosti a experimentu (dadaismus, [kubo]futurismus) k masové jednoduchosti, nové estetice vyjádřené zálibou v písmech konstruovaných na geometrických základech, zbavených nadbytečných kresebných zvláštností a nakonec i patek.

Na přelomu 20. a 30. let se uskuteční první pokusy o návrat egyptienek. Jsou diktovány jednak zájmy tržními (trh dobře ví, že jakmile je něco pozapomenuto, může to být opět jako „novinka" využito – písmolijny proto vydávají moderní repliky oblíbených egyptienek 19. století: jednou z nejúspěšnějších byla např. SUPERBA **E. Thieleho**, odlitá švýcarskou firmou Haas'sche Schriftgiesserei), jednak jsou výsledkem hledání nového typografického výrazu.

Keith Tam ve vynikající eseji o egyptienkách označuje Erica Gilla za prvního typografa, který si uvědomil jejich potenciál a nechal se jimi v písmech SOLUS (1929) a JOANNA (1930) inspirovat. Nepočítal přitom už s jejich užitím v reklamní tvorbě, ale v knižní typografii.

To ho spojuje s německými typografy, kteří dokázali egyptienku programově propojit s avantgardními geometrickými grotesky a z takového spojení uvedli do života řadu moderních egyptienek určených pro nejširší užití.

Heinrich Jost nakreslil koncem 20. let pro frankfurtskou Bauersche Giesserei písmo BETON, **Rudolf Wolf** pro písmolijnu D. Stempel A. G. písmo MEMPHIS. Zatímco Beton má blíž ke klasickým egyptienkám (má třebas typicky patkové, nikoli jednobříškové „a"), Memphis je s trochou nadsázky Futura, které přibyly výrazné serify. Popularita obou písem podnítila celou řadu podobných moderních „redesignů" dávných egyptienek, a to nejen v Německu: Američané lili populární písma CAIRO, KARMAK či STYMIE, Angličané pak ROCKWELL a SCARAB.

Kritici se sice nemohli shodnout, zda výrazné patky čtení usnadňují, či naopak znesnadňují, písmolijny však měly jasno – vzorník firmy Ludlow z roku 1931 k písmu Karnak vtipně říká: *„Bezpatková písmena spolu vzájemně neladí, kdežto egyptienková ano. Řečeno polopatě: Karnak je bezpatkové písmo s patkami."*

Z moderních egyptienek se stala písmová klasika a dnes má jejich elektronickou podobu v nabídce každá velká písmolijna; snad všechny jsou k mání např. v internetových nabídkách firem URW, Agfa Monotype či LinoType.

Ke klasickým i moderním egyptienkám přibyly v 70. až 90. letech ještě egyptienky „postmoderní": podobně jako se architektura, umění a filozofie obracejí k tradici jako volné zásobárně zdrojů, které je možno individuálně, bez podřízenosti nějakému dominujícícmu estetickému dogmatu kombinovat, přistupují i písmotvůrci s podobnou svobodou k tradici písem a vytvářejí řadu pozoruhodných „ohlasů" egyptienek. V internetových obchodech najdete jak rozsáhlé, propracované rodiny pro všestranné použití, tak jednorázové „šílenosti" o jediném řezu, vhodné leda tak pro potisk makety dostavníku z Divokého západu.

21 Devatenácté století egyptienky objevilo, dvacáté století prověřilo mnohostrannost jejich užití a (jak pěkně říká Robert Bringhurst) „zlidštilo" je. Co se s nimi stane ve století jedenadvacátém? To si můžeme říct při podobném ohlédnutí za sto let... ✖

TYPO.TEXT Juvenis Text (plain, *italic*, **bold**) Stormtype Foundry

LITERATURA / LITERATURE

→ František Muzika: Krásné písmo ve vývoji latinky II (Ornamental Typeface in the Development of Roman II), Praha 1963
→ František Štorm: Typokatalog 2, Praha 1999
→ Keith Tam: The 'revival' of slab-serif typefaces in the twentieth century (www.keithtam.net)
→ Písmo ve výtvarné výchově (Typeface in Art), Praha 1985
→ Robert Bringhurst: Elements of Typographic Style, Vancouver 1997
→ Font Designers (http://www.linotype.com/7–29–7/fontdesigners.html)

MEZINÁRODNÍ BIENÁLE GRAFICKÉHO DESIGNU V BRNĚ

1 Tomáš Brousil, Česká republika, Orgovan, 2003, písmo

Tomáš Brousil, Czech Republic, Orgovan, 2003, typeface

2 Zuzana Baťková, L'Iconoclasme, 2003, autorská kniha

Zuzana Baťková, L'Iconoclasme, 2003, author's book

3 Juraj Horváth, Česká republika, Slepice a televize, 2003, knižní ilustrace

Juraj Horváth, Czech Republic, Hen and Television, 2003, book illustration

4 Petr Babák, Česká republika, Možné sdělení, 2001, výstavní katalog v latince a Braillově písmu

Petr Babák, Czech Republic, Possible Message, 2001, exhibition catalogue in Roman and Braille script

5 Zuzana Poloncová, Pixl-e, grafické studio; Era, 2003, časopis

Zuzana Poloncová, Pixl-e, graphic studio; Era, 2003, magazine

6 Michal Pawlik, Polsko, Dzieci ulicy, 2003, brožura, CD a leták

Michal Pawlik, Poland, Dzieci ulicy, 2003, brochure, CD and flyer

7 Nicole Barbieri a Markus Bucher, Public Plaiv. Art contemporauna illa Plaiv, 2002, kniha

Nicole Barbieri and Markus Bucher, Public Plaiv. Art contemporauna illa Plaiv, 2002, book

8 Michaela Kukovičová, Česká republika, Kouzelná baterka, Pod kloboukem, knižní ilustrace, spolupráce (typografie) Juraj Horváth

Michaela Kukovičová, Czech Republic, Magical Torch, Under the Hat, book illustrations, in cooperation (typography) with Juraj Horváth

9 David Fírek, Česká republika, Cinepur, 2001, obálka časopisu

David Fírek, Czech Republic, Cinepur, 2001, magazine cover

10 Johanna Balušíková, Slovenská republika, Python script, 2003, písmo

Johanna Balušíková, Slovak Republic, Python script, 2003, typeface

11 Tania Prill, Alberto Vieceli, Švýcarsko, Inchoate. An experiment in architectural education, 2003, kniha

Tania Prill, Alberto Vieceli, Switzerland, Inchoate. An experiment in architectural education, 2003, book

12 Shin Matsunaga, Japonsko, Mainichi Fashion Grand Prix, 2001–2003, obálka výstavního katalogu

Shin Matsunaga, Japan, Mainichi Fashion Grand Prix, 2001–2003, exhibition catalogue cover

1

TYPE ED: **Nimbus Sans** Novus (regular, medium, **semibold**, **heavy**) URW++ → Microgramma URW (medium extended, **bold extended**)

IKONOFILIE A GRAFICKÝ HÉDONISMUS

text Denisa Kera
translation Elizabeth Kindlová

Design prostupuje všemi aspekty naší zkušenosti se světem: od písmen a jazyka po předměty každodenního života a architekturu města. Současný grafický design proto nepřistupuje k světu jako k nepopsané tabuli, ale uvědomuje si dnešní saturaci obrazy a designem; hravě je rozvíjí, paroduje a někdy i kritizuje.

Na letošním Bienále jsou spíše než krásné a zajímavé obrázky k vidění krásné a zajímavé strategie, jak zacházet se všudypřítomnými obrazy a s množstvím vizuálních stylů. Tyto strategie se nesnaží jenom o rozšíření vizuální zkušenosti, ale spíše o kritické uchopení všudypřítomnosti i devalvace obrazu a grafiky v dnešním světě. Nejedná se přitom o odmítání obrazů nebo jejich nekritické přijetí. Spor ikonoklasmu a idolatrie dnešní grafická díla řeší po vzoru filozofa Bruna Latoura a jeho pojmu ikonofilie: s kritickou schopností porozumět, interpretovat a kreativně použít obraz, chápat souvislosti obrazů a reprezentací, jejich vývoj a vzájemné odkazování. Trendy v současném grafickém designu k tomu směřují.

Projevuje se to například v hledání a uvědomování si designu tam, kde ho nečekáme – v jeho konfrontaci s přírodou. Využívání zdánlivě neuspořádaných věcí – povrchu Měsíce (dílo Michael Steinerta) nebo různých atmosférických dějů a pohybů (u Zdeňka Zieglera) objevuje design v přírodních tvarech a dějích. V Zieglerově Povaze prostoru a času je to kontrast pravidelných zářezů vytvořených člověkem a náhodných čar jakoby vytvořených větrem.

Dalším projevem ikonofilie je přímá konfrontace starých a nových médií. Velice často se tato konfrontace stylů a obrazů odehrává přímo na rovině materiálů. Vizuální zkušenost s materiálem (papír, dřevo, textil, monitor) je často méně vědomá, ale o to silnější než zkušenost s obsahem. Na výstavě je řada děl reklamní grafiky, designu knih i časopisů, které přímo simulují jiný materiál než papír. Grafika se v těchto dílech stává univerzálním překladem, který interpretuje vizuální postupy od primitivních jeskyň po počítačové hry. Nečekaně přitom spojuje různé vizuální styly, jako jsou stará písmena na textilu v grafice Saeda Meshkiho nebo plakát Adama Macháčka na divadelní představení, který napodobuje vzhled hry pro starý osmi- nebo šestnáctibitový počítač. Nejdál zachází jeho idylický obraz z hor s pasoucími se kravami, s jezírky a oslavujícími lidmi, který vypadá díky pixelům jako vyšívaný a zároveň jako pohled na starou počítačovou hru. Pixely jsou cizím médiem jak pro divadlo, jež tento plakát propaguje, tak pro idylickou scénu, kterou vidíme. Podobnou inspirací ranou nekvalitní počítačovou grafikou je i pixelizovaný jelen Zuzany Poloncové (Studio Pixl-e). Počítačová grafika se v těchto dílech mění na jakýsi digitální pointilismus.

Práce Saeda Meshkiho z Iránu tuto tendenci ke konfrontaci materiálů spíše než jen obrazů jasně ukazuje: celý obraz působí jako oskenovaný kus textilie. Grafika zde cituje staré způsoby práce, které mají vlastní kontext a tradici. Divák si všímá jen rozmazaného vzhledu písmen na simulovaném „plátně“. Počítač zde dokonale a paradoxně reprodukuje nejisté stopy lidské ruky nebo také záhyby materiálu, které nabývají novou estetickou hodnotu mimo původní kontext látky. Elektronická a papírová simulace těchto materiálů přináší do naší vizuální zkušenosti taktilní prvek, zapojuje další smysly a skoro se zdá, že dnešní grafika vědomě usiluje o jakýsi synestetický zážitek namísto realismu nebo abstrakce. Dalším aspektem tohoto odkazování a simulace materiálů je využívání nedokonalostí starého média, jeho omezení jako vizuálního efektu. V podobných pracích grafika nabízí víc

2

INTERNATIONAL BIENNALE OF GRAPHIC DESIGN IN BRNO
ICONOPHILIA AND GRAPHIC HEDONISM

The art of design permeates all aspects of our experiences of the world: ranging from typefaces and language to objects of everyday life and city architecture. Hence contemporary graphic design does not approach the world as a blank board, but is aware of today's life being saturated by images and design: effortlessly developing, parodying and sometimes even criticising them.

This year's Biennale is more a presentation of beautiful and interesting strategies of how to handle omnipresent images and the quantity of visual styles available rather than that of beautiful and interesting images. These strategies are not merely an attempt at extending visual experiences, but are more a critical awareness of omnipresence and the devaluation of the image and graphic art in today's world. It is not a question of rejecting imagery or its non-critical acceptance. Today's graphic works treat the conflict between iconoclasm and idolatry on the basis of the model of philosopher Bruno Latour and his concept of iconophilia: the critical ability of understanding, interpreting and creatively utilising an image, comprehending associations between images and their representations, their development and mutual references. This is the direction of trends in contemporary graphic design.

This is displayed, for example, in the search and awareness of design in unexpected places—its confrontation with nature. The use of seemingly disorganised objects—the surface of the moon (a work by Michael Steinert) or various atmospheric events and motions (in the work of Zdeněk Ziegler) is how design appears in natural shapes and events. Ziegler's Povaha prostoru a času (Nature of Space and Time) is a contrast of the regular man-made cuts and random lines as though created naturally by the wind.

Another display of iconophilia is the direct confrontation of old and new media. This contrast of styles and images very often takes place on material itself. Visual experience with material (paper, wood, fabrics, monitor) is often less intentional, but more powerful than experience with the contents. The exhibition contains a series of advertising graphic works, book and magazine designs, which imitate other material rather than paper. Graphic art in these works becomes a universal example interpreting visual procedures ranging from primitive caves to computer games. At the same time, it unexpectedly combines various visual styles such as old letters on fabrics in the graphic work of Saed Meshki or the theatre posters of Adam Macháček, which imitate appearance of the play for an old eight or sixteen-bit computer. The most extreme is his idyllic image of mountains with grazing cows, pools and celebrating people, which, due to the pixels, looks like a needlework and at the same time like an old computer game. Pixels are a foreign media for the theatre that this poster promotes and for the depicted idyllic scene. A similar form of inspiration of bad quality computer graphics is the pixelized stag by Zuzana Poloncová (Studio Pixl-e). The computer graphics in these works are transformed into some sort of digital pointillism.

The work of Saed Meshki of Iran is more a clear tendency towards the confrontation of materials rather than just imagery: the entire image appears more like a scanned piece of fabric. The graphics here allude to the old working methods that have their own context and tradition. The observer only perceives a blurred image of letters on a simulated "screen". The computer perfectly and paradoxically reproduces the uncertain traces of the human hand or also the folds of the material, which assume new aesthetical value beyond the original context of the fabric. The electronic and paper simulation of these materials introduces a tactile

3

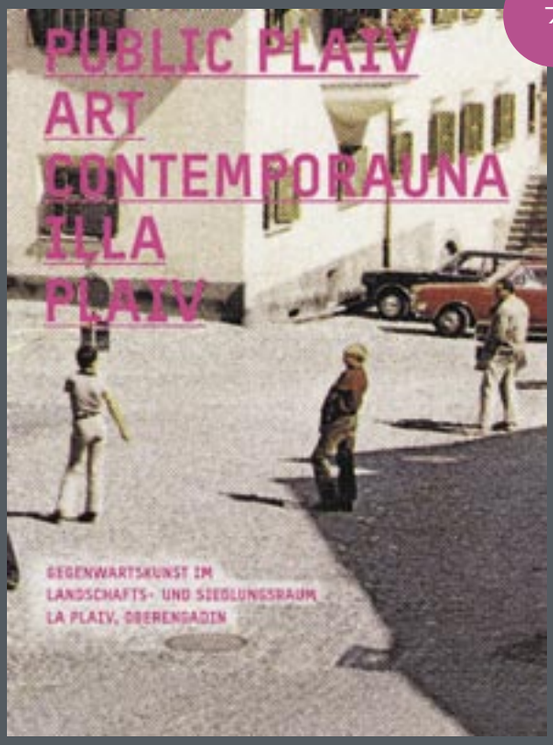
6 03
era21

5

4

DZIECI
ULICY
ULICA NIE JEST DLA DZIECI

6


PUBLIC PLAIV
ART
CONTEMPORAUNA
ILLA
PLAIV
GEGENWARTSKUNST IM
LANDSCHAFTS- UND SIEDLUNGSRAUM
LA PLAIV, OBERENGADIN

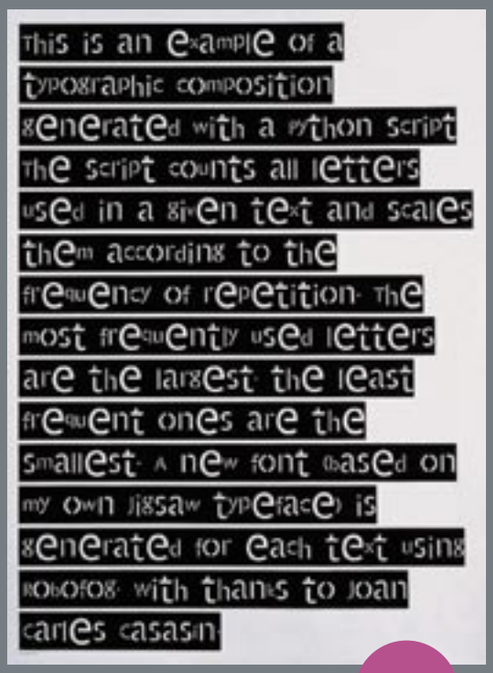
7

než jen zážitek pro naše oči: „vypráví“ dějiny, kriticky hodnotí vývoj, udržuje v pozornosti, nikoli šokem nebo nostalgií, ale konfrontací a nejistotou.
Další inspirací novými médií a jejich kódy je minimalistický vzhled písmen, která už ani nestojí v řadě, ale jsou rozházena po celé stránce v publikaci **italic 1.0** italského studia **Bianca** nebo v nejzajímavějším díle celého Bienále – kompozici písmen **Johanny Balušíkové** ze Slovenska. Její typografická kompozice se přímo generuje díky programu v jazyce Python. Samotná volba tohoto programovacího jazyka pro vědce a umělce je významná pro revoluční myšlenku budoucí typografie. Program si typograficky rozloží text podle frekvence písmen a pokaždé tím vzniká jedinečný font, generovaný na základě daného textu a jazyka. Tento generovaný font umožňuje jiný způsob čtení, které působí velice rytmicky díky změně velikosti a vzhledu písmen, skoro jako čtení básní. Zde se typografie stává uměleckou performancí a mění celý obvyklý postup, jímž grafika vzniká. Není to jen intervence umělce nebo stroje, ale zvláštní spolupráce obou, kdy nevíme, jak bude vypadat výsledek.
Napodobování jiných materiálů na papíru může mít i podobu grafických „ready-made“. Je to například dílo **Petra Babáka** Možná sdělení, vytvořené z lepicí pásky (podobné té, s níž se lepí balíky) přilepené na růžovém papíru (ten připomíná piják z osmdesátých let). Při setkání těchto dvou materiálů vzniká zajímavý kontrast něžného (růžová) a laciného (páska). Protože barvy neladí, o to víc se soustřeďujeme na materiály, které v tomto díle rozpoznáváme. Efekt „balicího papíru“ zajímavě využívá i **Michal Pawlik** (Polsko): na jeho plakátu se na balicím papíru střídají písmena jakoby vytvořená razítkem s fotografickými záběry.
Nedokonalosti starých médií a materiálů jsou častým vizuálním efektem. Například v **Orgovanu Tomáše Brousila**, kde působí jako stará reklama na nekvalitním papíru. Zvýrazněná a posunutá písmena jsou vlastně chybou, která si nás získává estetickou nonšalantností. Starou a nekvalitní grafiku v žluté a černé na levném papíru pak zajímavě využívá i **Tania Prill** ze Švýcarska. Rovněž posunutá písmena na **Typo Design Clubu Pavla Hracha** využívají snad všechny grafické chyby jako efekt, takže písmena na tomto plakátu skoro ani nejsou vidět.
Citování starého vzhledu grafiky z dob prvních barevných filmů najdeme i na plakátu pro současné umění od **Nicole Barbieri** a **Markuse Buchera** ze Švýcarska. Vybledlé, ale světlé barvy působí efektně a exoticky, stejně jako provokativní skromnost a záměrné nevyužití možností dnešních médií. V tomto smyslu je nejironičtějším dílem celé výstavy obálka knihy od **Zuzany Baťkové L'Iconoclasme** (la destruction et la mutilation des images): mechanicky se opakujícím vzorem napodobuje staré tapety, přičemž dekorativnost obrazu a monotónní kytičkovaný vzor ironicky doplňují název a téma knihy. Znovu vidíme pokus, aby grafický design evokoval i další smyslové (prostorové a taktilní) vjemy. Podobně působí i díla, která citují spíše dětské techniky malování (**Slepice a televize Juraje Horvátha**) nebo napodobují koláže z textilií (**Kouzelná baterka Michaely Kukovičové**).
Překrývání a vzájemné citování papíru a dalších médií je dobře vidět i na obálce časopisu **Cinepur Davida Fírka**. Zvětšená a narušená filmová páska, její transparentnost a černobílá podoba dobře ladí s tématem časopisu. Dokonalou podobu má toto prolínání materiálů a médií na plakátu **Shina Matsunaga** z Japonska. Zde se spojuje a vzájemně konfrontuje několik typů starých technik od malování na hedvábí, na bambusu, od kaligrafie po současné pravidelné, „flashové“ tvary. Široké rozpětí od objektů malovaných rukou po mechanické a strojové objekty vede k jakémusi grafickému hédonismu médií a smyslů, který se pohybuje na samotné hranici idolatrie. ✖

8

element into our visual experiences, engages further senses so it would almost appear that today's graphic works consciously endeavour to create some sort of syn-aesthetic experience outside realism and abstract art. Another aspect of this reference and simulation of materials is the application of the imperfections of old media and their limitations in creating a visual effect. Similar graphic works offer more than just an experience for our eyes: they "relate" history, critically assess development, arrest an observer's attention, not by shock or nostalgia, but by confrontation and uncertainty.
A further form of inspiration by new media and their codes is the minimalist appearance of letters no longer standing in a line, but are scattered all over the page in the publication on Italian type design **italic 1.0** by graphic design studio **Bianca** or in the most interesting work of the entire Biennale—a composition of letters by **Johanna Balušíková** of Slovakia. Her typographical composition is directly generated using Python computer language. The choice of this programming language for scientists and artists is important for the revolutionary idea of future typography. The program typographically lays out the text, according to the frequency of the letters, giving rise to a unique font generated every time on the basis of the text and language in question. This generated font allows a different method of reading, which appears highly rhythmical, thanks to the change in the size and appearance of letters, almost like reading poetry. It is here that typography becomes an artistic performance and alters the entire normal procedure by which graphic art emerges. This is not merely the intervention of the artist or a machine, but a special form of cooperation of both without any knowledge of the outcome.
The imitation of different materials on paper could also take on the appearance of "ready-made" graphics. An example of this is the work of **Petr Babák Možná sdělení** (**Possible Message**) created from sticky tape (similar to that used for parcels) stuck on pink paper (this resembles 1980s blotting paper). An interesting contrast emerges when these two materials of the fine (pink) and the cheap (tape) meet. In view of the fact that the colours do not match, attention is diverted to the materials that can be distinguished in this work. **Michal Pawlik** of Poland also utilises the effect of the "wrapping paper" in an interesting way: letters alternate on the wrapping paper on his poster as though created by a stamp with photographic shots.
The imperfection of old media and materials form a frequent visual effect.
For example **Tomáš Brousil's Orgovan** looks like an old advert on bad quality paper. The highlighted and shifted letters are actually an error that attracts by its aesthetic nonchalance. **Tania Prill** of Switzerland also treats old and bad quality yellow and black graphics on cheap paper in an interesting manner. Likewise, **Pavel Hrach** uses the shifted letters in his **Typo Design Club** to produce all the graphic errors possible resulting in an effect that makes almost all the letters on this poster invisible.
Nicole Barbieri and **Markus Bucher** of Switzerland allude to the old form of graphics during the time of the first colour films on their poster for contemporary art. The faded, but bright colours look effective and exotic like a form of provocative modesty, and do not intentionally make use of the possibilities of today's media.
In this sense the most ironic work of the entire exhibition is the book cover by Zuzana Baťková entitled L'Iconoclasme (la destruction et la mutilation des images): the mechanically repetitive pattern imitates old wallpaper while the decorativeness of the image and the monotonous floral pattern ironically complement the title and theme of the book. This again is an attempt at graphic design evoking further sensory (spatial and tactile) perceptions. Works that allude to child painting techniques (**Juraj Horváth's Slepice a televize / Hen and Television**) or imitate collages and textiles (**Michaela Kukovičová's Kouzelná baterka / Magical Torch)** have a similar effect.
The overlapping and mutual allusion to paper and further media can also be seen well on **David Fírek's** cover for the **Cinepur magazine**. The enlarged and distorted film tape, its transparency and black-and-white form blends in well with the theme of the magazine. This permeation of materials and media on the poster by **Shin Matsunaga** of Japan is executed to perfection. Here several types of old techniques ranging from painting on silk, bamboo, calligraphy to the simultaneous regular "flash" shapes merge and confront one another.
The broad scope of hand-painted to mechanical and machine objects result in a sort of graphic hedonism of media and senses verging on the very idea of idolatry. ✖

9



10

11

12

PŘEHLED CEN BIENÁLE BRNO 2004
LIST OF BRNO BIENNALE 2004 AWARDS

- **Velká cena Bienále Brno 2004**
  Grand Prix of the Brno Biennale 2004
  Fumio Tachibana Japonsko / Japan
- **Cena ICOGRADA**
  The ICOGRADA Excellence Award
  Barbieri+Bucher Gestaltung Text Bild:
  Nicole Barbieri, Markus Bucher, Švýcarsko / Switzerland
- **Cena BEDA / The BEDA Award**
  Zuzana Baťková
  Česká republika / Czech Republic

(I) KATEGORIE / CATEGORY
KNIHY A VÝSTAVNÍ KATALOGY
BOOKS AND EXHIBITION CATALOGUES

- Cena za nejlepší design / Award for Best Design
  Gert Wunderlich Německo / Germany
- Zvláštní cena / Special Award
  Petr Babák
  Česká republika / Czech Republic

(II) KATEGORIE / CATEGORY
ČASOPISY A NOVINY
MAGAZINES AND NEWSPAPERS

- Cena za nejlepší design / Award for Best Design
  Cena neudělena / Not awarded

(III) KATEGORIE / CATEGORY
TVORBA PÍSMA / TYPE CREATION

- Cena za nejlepší design / Award for Best Design
  Johanna Balušíková
  Slovenská republika / Slovak Republic
- Zvláštní cena / Special Award
  Cyrus Highsmith USA / U.S.A.

(IV) KATEGORIE / CATEGORY
NOVÁ MÉDIA / NEW MEDIA

- Cena za nejlepší design / Award for Best Design
  Lichtwitz – Büro für visuelle Kommunikation
  Rakousko / Austria

ZVLÁŠTNÍ CENY / SPECIAL AWARDS

- Cena Ministerstva kultury České republiky
  The Ministry of Culture of the Czech Republic Award
  Martina Marešová
  Česká republika / Czech Republic
- Cena Alfonse Muchy za ilustraci
  The Alphonse Mucha Prize for Illustration
  Denisa Myšková
  Česká republika / Czech Republic
- Cena primátora města Brna
  The Mayor of the City of Brno Award
  Lenka Blažejová
  Česká republika / Czech Republic
- Cena Unie výtvarných umělců České republiky
  The Union of Visual Artists of the Czech Republic Award
  Reza Abedini Írán / Iran
- Design Prestige – Mezinárodní cena za design
  Design Prestige – International Award for Design
  Alan Záruba
  Česká republika / Czech Republic
- Cena TypoDesignClub / TypoDesignClub Award
  Adam Macháček
  Česká republika / Czech Republic
- Cena kritiky / The Critics' Award
  bude vyhlášena na základě hlasování novinářů a kritiků
  will be announced on the journalists' and critics' votes

21. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2004

Grafický design, ilustrace a písmo v knihách, časopisech, novinách a nových médiích

21st International Biennale of Graphic Design Brno 2004

Graphic Design, Illustration and Type in Books, Magazines, Newspapers and New Media

Moravská galerie v Brně, Česká republika

Moravian Gallery in Brno, Czech Republic

15/06–24/10 2004

Hlavní partner
Main partner
jme Člen skupiny e·on
SIEMENS Building Technologies
rakouské kulturní fórum prg
Hlavní mediální partner
Main media partner
ČESKÁ TELEVIZE
www.bienale-brno.cz

VZPOMÍNKA NA DOBY, KDY SE JEŠTĚ PSALO PÍSMENY

TYPEFACE Nimbus Sans Novus (regular, medium, semibold, heavy) URW++ → FRANKFURTER (REGULAR) URW → FLASH (BOLD, LIGHT) URW

text Bohuslav Vaněk-Úvalský
images Author's and Robert V. Novák's archives
translation Elizabeth Kindlová

Na psaní jsem byl prase, prase. Řekla mi to hned ve druhé třídě soudružka učitelka[1]: „Na psaní jsi, Vaňku, prase. Prase!“ Co to ale také bylo za disciplínu! Velké dé plné kliček, áčko mělo nafouklé panděro, zetko zase samo sobě vázalo smyčku kdesi pod linkou, enko vypadalo jako vlnka, od emka se to poznat nedalo, a to nemluvím o velkém há. Nebyl jsem na to zvědavý. O písmu jsem měl zcela jinou představu. Bylo mi osm a už tři roky jsem věděl, že se životem musím pročíst. Šlo taky o to jak. A všechna písmena, co jsem znal, se přímo předháněla, aby získala mou přízeň. Třeba ta z Václaváku[2]. Stál jsem na refýži, čekal na mámu a louskal jsem (svisle) TABARIN[3] a nad tím (prohnutě) PRAZDROJ[4] a vedle (neónově) BAR – a věděl jsem. Tedy, nevěděl jsem nic, ale bylo jasné, že takto značené místo musí být pro lidstvo z nějakého neznámého důvodu životně důležité, a snažil jsem se proniknout dovnitř. To se mi povedlo až o dvanáct let později – a pochopil jsem, že můj odhad byl správný.

Jenže začínat si s uzly na modré inkoustové hadici[5]? Z toho koukaly samé nepříjemnosti. A taky že jo: vykrucoval jsem kličky, div mi nevypadly oči, slalomem jsem to bral po papíře, jenže každá kristiánka[6] končila havárií, prsty jsem měl modré, kalhoty pokecané inkoustem, piják nacucaný a písmena se ve finále klátila ze strany na stranu. A navíc, první křivda: zatímco všichni ve třídě už směli psát čínským perem[7], já se lopotil s bombičkáčem[8], vzteklý a podvedený. Bylo to upřímné nepřátelství a vydrželo celý rok. A na vysvědčení[9] se nakrucovala trojka. (Téčko jako kácející se osten napojující se na erko tvaru pařezu, připláclé na směšný kroužek óčka s pacičkou nahoře, co držela jéčko – smyčku a káčko – uzlovačku s břichounem áčkem.) Naštěstí to soudružka napsala číslovkou. Otec tak snadněji pochopil, že drží v ruce oprávnění mne seřezat.

A přitom bylo kolem tolik barevných nápisů zasluhujících prozkoumání. Tak třeba hned na tužce v penálu. Zlatý nápis KOH-I-NOOR HARDTMUTH[10]. Učil jsem se to vyslovit čtrnáct dnů. „Koh-i-noor hardtmuth,“ oznámil jsem doma. „No a?“ zeptal se otec. „Koh-i-noor hardtmuth,“ pokrčil jsem rameny. „To dítě mě provokuje,“ stěžoval si otec večer matce. „Mluví na mě švédsky.“ „Koh-i-noor hardtmuth,“ sdělil jsem kuchařce ve školní jídelně. „Chceš přidat, kloučku?“ zeptala se starostlivě. „Koh-i-noor hardtmuth,“ odpověděl jsem zavile. „Chceš pěstí?“ zeptal se Pechatý, když jsem mu řekl Koh-i-noor hardtmudt. Pechatý byl pro mě něco jako typografický Klekí Petra[11]. Vyměnil jsem s ním patnáct gumových indošů z NDR[12] za zelenou plechovou krabičku s pestrobarevnými nápisy. Přeskládal jsem do ní tužky, a když mě ve škole náhodou nudila hodina, četl ji. Nebyla hodina, která by mě nenudila.

Na víku se hrdě prsil černý námořník opřený o širokou kurzivu E. N. PAIZIS & CO. (& jsem věnoval zvláštní pozornost, to písmeno jsem neznal a pokud vím, tak ani nikdo ze třídy.) Hned nad kurzivou se krčila negativní helvetika Established in 1906. A pod tím vším rudým krouceným písmem High Class. Hned vedle se naparoval zdobný nápis EGYPTIAN CIGARETES. A aby toho nebylo málo, nesmělý patkový nápis oznamoval: TRADE MARK REGISTERED. Pět druhů písma, a to vše jen na víčku! Po stranách krabičky už to fičelo: jakási zdrclá helvetika oznamovala Hand Made; Excellent Quality; Elegant Make; Fine Aroma. Pak velké stříbrné áčko: Annual Consuption. In Europe, America, Africa – černě, tenkým řezem. Následovalo plakátové 100.000.000. Cigarettes. India. China. Japan, etc. Každé slovo jiným písmem. Celý svět ležel přede mnou na školní lavici v Záběhlické škole.

Jenže to ještě nebylo všechno! E. N. P. – zlatá stínovaná písmena na dně, kříženec gillu rozjetého válcovačkou

ABOUT FISH, TYPOGRAPHY AND CHILDHOOD THAT CANNOT BE TRANSLATED

WHEN YOU BUY A TANK FISH, THE SHOP ASSISTANT CARRIES OUT A CERTAIN RITUAL: HE TAKES A PLASTIC BAG, FILLS IT WITH WATER, PLACES THE PURCHASED ITEM IN IT, INFLATES THE BAG – AND TIES IT. AND THE FISH INSIDE FLAPS AROUND STARING THROUGH THE TRANSPARENT WALL AT THE BEAUTIES OF THE WORLD THAT ARE WITHIN REACH, BUT IT WILL NEVER ATTAIN THEM. PROVIDED YOU GET YOUR CONSIGNMENT HOME AND RELEASE THE CREATURE INTO THE TANK, EVERYTHING IS ALL RIGHT. IT ENDS UP IN ITS DREAM PARADISE, REPRODUCES, SHOWS OFF, FIGHTS FOR SPACE AND DOES NOT NEED TO KNOW THAT IT IS IN A FISH TANK. BUT TRY LEAVING THE FISH IN THE TIED PLASTIC BAG! IT WILL GO MAD AND DEGENERATE. IT WILL STICK ITS MOUTH INTO THE AIR COMING FROM THE SHOP ASSISTANT'S LUNGS AND SAY: "HEY! THE SKY! THE SKY ENDS IN A KNOT. AHA." IT WILL THEN SWIM INTO THE DEPTHS OF ITS STAGNANT WATER, LOOK AT THE SEAM OF THE BAG AND STATE: "THE WORLD ENDS IN A SEAM. INTERESTING." THE SMALL STONE THE SHOP ASSISTANT DROPPED INTO THE WATER COULD BE ITS TOY OR SOFA. THIS DEPENDS ON ITS IMAGINATION. IT WILL MEMORISE THE SIGNS ON THE BAG – THEIR SHAPE, COLOUR AND APPEARANCE. IT WILL BLINDLY DESCRIBE THE LOGO OF THE AQUARIUM FISH SHOP IN WHICH IT WAS BOUGHT. SO WHAT IF IT DOES NOT KNOW THAT IT IS SOME LOGO OF SOME AQUARIUM FISH SHOP. IT DOES NOT MATTER THAT IT DOES NOT UNDERSTAND SIGNS. IT KNOWS NO BETTER BECAUSE THE WORLD IN THE PLASTIC BAG NEVER CHANGES AND NO URGES ARISE. THE SMALL STONE, LOGO, SIGN ARE ALL THE BACKGROUND SCENERY OF ITS GROWING UP. IT WILL ALWAYS REMEMBER THEM EVEN THOUGH ONE DAY THE PLASTIC BAG WILL BURST. AND SHOULD THERE BE ABOUT TEN MILLION FISH IN SUCH A PLASTIC BAG AS WAS THE POPULATION OF THE FORMER SOCIALIST CZECHOSLOVAKIA, EVERYBODY WILL REMEMBER EACH SMALL STONE, LOGO, SIGN... WHO HAS NOT SHARED THE TYPOGRAPHICAL EXPERIENCE OF A FISH TRAPPED INSIDE A PLASTIC BAG, CANNOT UNDERSTAND.

RECALLING THE TIMES WHEN LETTERS WERE USED FOR WRITING

I was a pig, a real pig when it came to writing. This is what my comrade teacher[1] told me immediately when I was in my second year at school: “When it comes to writing Vaněk, you’re a pig, a real pig!” But what sort of discipline could you call this! A big “d” full of squiggles, an “a” with an inflated belly, a “z” that tied its own loop beneath the line, an “n” that looked like a small wave and could not be distinguished from an “m” and I will not even mention the capital “h”. I just was not interested. I had an altogether different idea about writing. I was eight years old and I had already known for three years that I had to read my way through life. The question was also how. All the letters I knew where competing for my favour. Like the ones found on Václavák[2]. I was waiting on the traffic island for my mother and taking in the vertical sign bearing the letters TABARIN[3] and above it the curved letters PRAZDROJ[4] and next to these the neon BAR sign—and I understood. Well I did not, but it was clear that such marked places were of vital importance to mankind for some unknown reason, and I tried to find out. It took twelve years to realise that my supposition was correct.

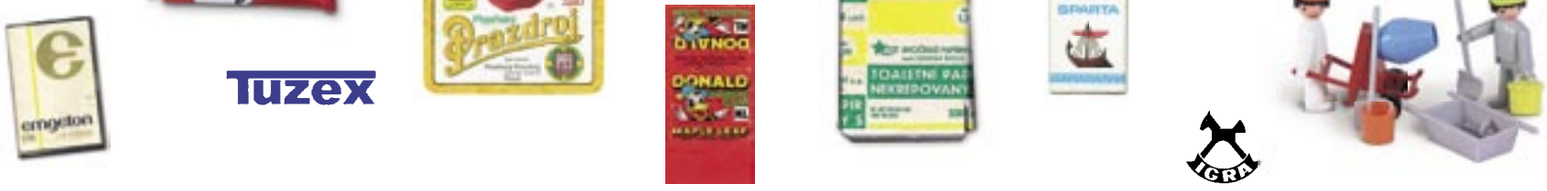
But to begin with knots on a blue ink tube[5]? This could only lead to trouble. And that is what happened: I twisted and turned my squiggles so much that my eyes almost came out of their sockets, I went on a slalom with my pen across the page, except that each kristiánka[6] ended in a crash, my fingers were wet, my trousers stained with ink, the blotter soaked and finally the letters tottered from side to side. Moreover, my first grievance was that while everybody else in class was allowed to write with a Chinese ballpoint pen[7], I was still struggling with a cartridge ink pen[8], angry and cheated. It was a sincere enmity and lasted a whole year. A grade “three” twisted itself on my report[9]. Fortunately comrade teacher wrote a number. It was easy for my father to understand that the report he held in his hand gave him the authorisation to give me a good hiding.

Meanwhile there were so many coloured signs and inscriptions all around worth exploring. Just by looking at a pencil in my pencil case. The golden inscription of KOH-I-NOOR HARDTMUTH[10]. It took me twelve days to learn how to pronounce it. “Koh-i-noor hardtmuth,” I pronounced at home. “So what?” asked my father. “Koh-i-noor hardtmuth,” I shrugged my shoulders. “That child is provoking me,” complained my father to my mother in the evening. “He’s talking Swedish to me.” “Koh-i-noor hardtmuth,” I informed the cook in the school dining room. “Do you want some more, dear?” she asked anxiously. “Koh-i-noor hardtmudt,” I replied obstinately. “Do you want me to punch you?” asked Pechatý, when I uttered Koh-i-noor hardtmuth to him. Pechatý was something like a typographical tribal sage Klekee Petra to me[11]. I exchanged fifteen gums from East Germany[12] with him for a green metal box containing bright coloured inscriptions. I placed my pencils in it and when I happened to be bored in a class at school, I read them. There was no class that would not bore me. There was a proud chesty black sailor leaning against an inscription in broad italics E. N. PAIZIS & CO. (& to which I devoted particular attention because I did not know this writing and, as far as I know, no-one else in class did either.) Immediately above the italics was some dwarfed negative Helvetica reading Established in 1906. And beneath it all High Class in bright red twisted letters. Immediately next to it there was the swaggering decorative inscription EGYPTIAN CIGARETES. And as though this was not enough, a bashful serif inscription reading: TRADE MARK REGISTERED. Five types of writing, and all on this lid! The sides of the box were covered with dazzling writing: a sort of crushed Helvetica informed about Hand Made; Excellent Quality; Elegant Make; Fine Aroma. Then there was a large silver “a”: Annual Consumption. In Europe, America, Africa—in black with a thin cut. This was followed by poster-lettering 100.000.000. Cigarettes. India. China. Japan, etc. Each word written in different type. The entire world lay beneath my feet on the school desk in the school in Záběhlice. But this was not everything! E. N. P.—gold shaded letters on the bottom, a cross between Gill flattened by a steamroller and a book cable beaten out with a meat mallet. And 100 Egyptian Cigarettes. LARGE SIZE written on the back.

a knižního kabelu naklepaného paličkou. A na zadní straně 100 Egyptian Cigarettes. LARGE SIZE.
Chcete víc? E. N. PAIZIS & CO. High Class. Productions. Cairo Egypt. Manufacturers. Trade Mark. To vše šesti druhy písma na vnitřní straně víčka. Ten obchod se opravdu vyplatil.
Když mi box zabavila[13] pro údajné chrastění Diblíková, vlámal jsem se jí do kabinetu. I typografie může vést na šikmou plochu. Anebo prokazovat neocenitelné služby: na krabičku jsem později sbalil Švarcovou a Křížovou. Vyprávěl jsem jim o dobrodružství svého dědy, jenž prchaje z Bruneje ukryl do krabičky šperky sličné Fátimy, které mu věnovala na důkaz věrné lásky, aby mohl zakoupit třetí třídu na Postrachu černé laguny. Později mě obě opustily, když se profláklo, že krabičku našel Pechatý na skládce.
Pestrost všech těch nápisů byla v protikladu k nudným žlutým výkřikům na rudých pozadích. Bojové tradice. Světu mír. Mupy mup[14]. Se Sovětským svazem pořád, dokola, na věčné, furt, družba, vole[15]. Důsledně jsem se jich vyvaroval. A pak tu byla auta[16]. Pamatujete si na nápis Simca? Taunus? Poběda? Mám stále před očima přístrojové desky, které jsme zkoumali cestou ze školy. Když budík tachometru obsahoval bájnou číslici 180, bylo nutné stanout a ocenit to. Číslovka 210 nás už uváděla přímo do extáze. Jednou jsem na Václaváku objevil Porsche Carreru s tachometrem jdoucím do 260 kilometrů. Dodnes si pamatuju na subtilní řez číslovky, stál jsem tam přikovaný, poulil oči, dokud nevyšel z pod nápisu PRAZDROJ otec a neodvlekl mne domů.
A ještě mnoho množin písmen mě dostávalo na lopatky: PEDRO, SEVAC, DONALD, BT, CLEA, WILDCAT, MÝDLO HELLADA, SMĚR, TYRRELL, PAN AM, KANAGOM, ČIKULI, FAVORIT, IGRA, FABRICA DE TABACOS HABANA, ABBA, 64 U HRADEB, EXPO 58, KONTUŠOVKA, PRADĚD, PIF, ASTERIX, SEMAFOR, ALFA, TUZEX, BASF, SCOTCH a VITACIT.[17]
Ve třetí třídě jsem objevil, že se různá písma různě a záhadně jmenují. Smrt na Nilu, kterou jsem tehdy sbalil z rodinné knihovny, měla kupříkladu sazbu vyhotovenou z písma se zvukomalebným názvem Baskerville. Pečlivě jsem si to zapamatoval a šel sbalit Vejříkovou. Scházívala se s Müllerem za garážemi. Měl taktiku a ohmatané vydání komiksu Tarzan, které jej opravňovalo ke konstantní nabídce: „Přijď za garáže, polistujem!“ Když jsem naklusal na scénu, byla situce tato: komiks na zemi, ruce pod svetrem. „Pěkný písmo,“ povídám. „Vyjeď,“ sdělil mi Müller. „To je Baskerville,“ poučil jsem ho. „Mohl by to být Garamond, to tedy jo, vypadá to tak, ale je to Baskerville.“ Müller si mě tupě prohlédl. Teprve pak mě praštil. Druhé zklamání mi Baskervill uštědřil, když jsem odhalil výtisk Psa baskervilského vysázený Timesem. Vlastně bych teď po letech mohl písmu písemně poděkovat. Tedy typografům. V letech, kdy naše rodina směla jezdit tak maximálně k Balatonu[18], mi dovolovali normálně dýchat. A snít. Když jsem později pochopil, že se písmem navíc dají vyjadřovat i myšlenky (někdy), vzal jsem na milost i psanou verzi.
Takže: díky. ✖

1 ★ **V socialistickém Československu vyžadované oslovení učitelů.** In Socialist Czechoslovakia the required way of addressing teachers
2 ★ **Václavské náměstí – nejrušnější bulvár v Praze.** Václavské náměstí (Wenceslas Square)—the busiest boulevard in Prague.
3 ★ **Populární bar.** Popular bar.
4 ★ **Český název pro pivo Pilsner Urquell.** Czech name for the Pilsner Urquell beer.
5 ★ **V první třídě základní školy je povinné používání plnicího pera.** A fountain pen must be used in the first year at elementary school.
6 ★ **Kristiánka – typ oblouku při lyžování, pojmenovaný podle původního jména města Oslo – Christiania.** Kristiánka—a type of sharp turn in skiing named after the original name for the city of Oslo—Christiania.
7 ★ **Jediná učiteli akceptovaná propisovací tužka používaná jako náhrada za plnicí pero pro pokročilejší žáky. Dovoz z Číny.** The only ballpoint pen accepted by teachers as a replacement for a fountain pen for older pupils. An import from China.
8 ★ **Inkoustové pero s bombičkovou náplní.** Ink pen with cartridges.
9 ★ **Každoroční závěrečné vyhodnocení žáka v základní škole. Hodnotící systém je 1–5, přičemž 1 je nejlepší.** The annual elementary school report. The grading system is 1–5, with 1 being the best.
10 ★ **Česká firma vyrábějící psací potřeby.** Czech firm producing writing materials.
11 ★ **Postava moudrého náčelníka severoamerických indiánů z románů německého autora Karla Maye (1842–1912), které byly nesmírně populární mezi mladými československými čtenáři.** The character of a wise North American Indian chief from the novels of German author Karl May (1842–1912), which were very popular among young Czechoslovak readers.
12 ★ **Gumové figurky indiánů dovážené z Německé demokratické republiky. Ceněná hračka.** Rubber Red Indian figures important from the German Democratic Republic. A prized toy.
13 ★ **Žákům, kteří při hodině vyrušovali, mohli učitelé odebrat předměty, které podle jejich názoru do školy nepatřily. Takové předměty se pak nejčastěji vracely až na konci školního roku.** Teachers could take things that they thought did not belong in school from pupils who caused a disturbance during class. Such things were usually returned at the end of the school year.
14 ★ **Mupy mup je foneticky zapsaný ruský nápis Světu mír.** Mupy mup is the phonetic transcription of the Russian sign Peace to the World written in Cyrillic italic (mupy mup!) but read as it was a Roman alphabet.
15 ★ **Heslo Se Sovětským svazem na věčné časy bylo součástí oficiální propagandy Československa.** The slogan With the Soviet Union For All Time was part of official Czechoslovak propaganda.
16 ★ **V socialistickém Československu byly zahraniční automobily vzácné a budily velkou pozornost.** In Socialist Czechoslovakia foreign cars were a rare sight and attracted great attention.
17 ★ **PEDRO, SEVAC a DONALD žvýkačky ★ BT, CLEA cigarety ★ HELLADA mýdlo na praní ★ SMĚR výrobce hraček ★ KANAGOM lepidlo ★ ČIKULI ředidlo ★ FAVORIT jízdní kolo ★ IGRA výrobce hraček ★ 64 U HRADEB populární pražské kino ★ EXPO 58 výstavní pavilon ze Světové výstavy umístěný v Praze a přeměněný v oblíbenou restauraci ★ KONTUŠOVKA, PRADĚD lihoviny ★ PIF, ASTERIX jediné dostupné (byť obtížně) zahraniční komiksové časopisy pro děti ★ SEMAFOR divadlo ★ ALFA kino na Václavském náměstí ★ TUZEX prodejna luxusního zahraničního zboží, kde místo oficiální měny platily speciální poukázky ★ VITACIT limonáda v prášku.** PEDRO, SEVAC and DONALD chewing gum ★ BT, CLEA cigarettes, HELLADA washing-up soap ★ SMĚR toy manufacturer ★ KANAGOM glue ★ ČIKULI thinner ★ FAVORIT riding bikes ★ IGRA toy manufacturer ★ 64 U HRADEB popular Prague cinema ★ EXPO 58 exhibition pavilion at the World Exhibition installed in Prague and transformed into a popular restaurant ★ KONTUŠOVKA, PRADĚD spirits ★ PIF, ASTERIX the only available (but difficult to obtain) foreign comics magazine for children ★ SEMAFOR theatre ★ ALFA cinema on Wenceslas Square ★ TUZEX shop selling luxury foreign goods, which could be bought with special coupons or vouchers instead of the official currency ★ VITACIT lemonade in powder form.
18 ★ **Možnost cestovat do zahraničí byla v Československu velmi omezená, výjimku představovala NDR nebo právě maďarské jezero Balaton.** The possibility of travelling abroad was greatly restricted in Czechoslovakia an exception being the GDR or the mentioned Hungarian Lake Balaton.

Do you want more? E. N. PAIZIS & CO. High Class. Productions. Cairo Egypt. Manufacturers. Trade Mark. All this in six typefaces on the inside of the lid. This trading deal really had paid off.
When my teacher Diblíková confiscated the box[13] from me apparently after I had been rattling it, I broke into her room to get it back. Even typography can be a slippery slope. Or display invaluable service: I later chatted up Švarcová and Křížová. I told them about the gradfather's adventure when, fleeing from Brunei, he had to hide the jewels of the beautiful Fatima in the box, which she had donated to him as proof of her true love, so he could buy third class for the Terror of the Black Lagoon. Later they both left me when it was discovered that Pechatý had found the box on a dump.
The variety of these inscriptions was a contrast to the mundane yellow cries on red backgrounds. Fighting Tradition. Peace to the World. Mupy mup[14]. With the Soviet Union always, in circles, forever, all the time, friendship, idiot[15]. I consistently avoided these.
Then there were the cars[16]. Do you remember the signs Simca? Taunus? Poběda? I can still see the dashboards that we used to examine on the way from school. When the speedometer clock indicated the incredible number 180, you had to stop and wonder, while the number 210 made us ecstatic. Once I saw a Porsche Carrera on Wenceslas Square with a speedometer showing up to 260 kilometres. I can still remember the subtle style of the numerals, I seemed to be nailed to the ground standing there, my eyes bulging until my father came out of the place with the sign overhead reading PRAZDROJ and dragged me off home.
And there were many more sets of writing that made me stare in wonder: PEDRO, SEVAC, DONALD, BT, CLEA, WILDCAT, MÝDLO HELLADA, SMĚR, TYRRELL, PAN AM, KANAGOM, ČIKULI, FAVORIT, IGRA, FABRICA DE TABACOS HABANA, ABBA, 64 U HRADEB, EXPO 58, KONTUŠOVKA, PRADĚD, PIF, ASTERIX, SEMAFOR, ALFA, TUZEX, BASF, SCOTCH and VITACIT.[17]
In my third year at school I discovered that various types of writing have different and mysterious names. Death On The Nile, which I then took away from the family library, the book had been set using a typeface with the picturesquely sounding name Baskerville. I took care to remember this name and went to chat up Vejříková. She used to meet Müller behind the garages. His chatting up tactics involved a much-handled copy of the Tarzan comics, which justified his constant offer: "Come to the back of the garages, we can leaf through it together!" When I happened to appear on the scene, the situation was such: comics on the ground, hands under the sweater. "Lovely writing," I said. "Get lost", responded Müller. "This is Baskerville," I informed him. "It could as well be Garamond, that it could, it looks like it, but it's Baskerville." Müller gave me a blank stare. Then he clouted me. Baskerville was the second disappointment to me when I discovered a copy of The Hound Of The Baskervilles typeset in Times.
After all these years I could now thank writing in writing. In other words, thank the typographers. In those years when my family could only travel as far as Lake Balaton[18], they allowed me to breathe normally. And dream. When I later realised that you could use letters to express thoughts (sometimes), I gave the handwritting version a pardon.
So I just wish to say: thanks. ✖



(experiment a typografie): koncept projektu výstavy

text Alan Záruba
translation Elizabeth Kindlová

Dne 16. června 2004 odstartoval v rámci programu 21. mezinárodního bienále grafického designu v Brně koncept putovní výstavy nazvaný **e-a-t** (experiment a typografie). V brněnském **Domě umění** (17. 6.–8. 8.),[1] v pražském **Uměleckoprůmyslovém muzeu** (1. 9.–30. 9.) a v bratislavském **Pálfyho paláci** (8. 1.–28. 2. 2005) bude možno zhlédnout výběr prací od typografů a grafických designérů z České a Slovenské republiky vytvořených mezi lety 1985 až 2004.

Výstava byla inspirována dvěma projekty, které v celosvětovém kontextu představily řadu výrazných osobností, jejichž tvorba z 90. let často spojuje dříve výlučně oddělené profese – typografa a grafického designéra: knihou **Teal Triggsové: The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design**[2] a výstavou **Postscript** ve vídeňském Künstlerhausu[3].

Připravovaný projekt e-a-t byl představen v pražském knihkupectví **Fraktály** malou výstavou **Neviditelná energie myšlenek a tvarů** (Deset příběhů ze současné česko-slovenské typografie)[4]. Příval „nové krve“ z pražské VŠUP a bratislavské VŠVU v 90. letech vydatně zčeřil naše „stojaté vody“ a myšlenkově i námětově pootevřel pomyslnou bránu do celoevropského prostoru.

Kurátoři výstavy Johanna Balušíková a Alan Záruba se snaží dokumentovat proces tvorby a podmínky realizace typografických projektů s důrazem na originalitu záměru autora, experiment jako koncept a cit pro typografické vyjádření. Název výstavy – experiment a typografie – je ve zkratce e-a-t srozumitelný jak pro češtinu, tak i pro angličtinu a svým způsobem symbolizuje pozvolné uvolňování bariér mezi domácí a světovou tvorbou.

Expozice je rozdělena na dvě části. První navozuje atmosféru typografického studia: většina projektů je prezentována na černobílých plakátech formátu 1×1,5 m vystavených na stěnách galerie. Plakáty dokumentují inspirační zdroje a finální výsledky, proces práce je naopak představen v kompozičních sestavách skic, které volnou formou kombinují kresby, nápady a původní náměty.

Druhá část výstavy představuje realizované projekty: knižní obálky, originální plakáty, časopisy, 3D objekty a interaktivní počítačové aplikace.

K výstavě jsou připraveny informativní webové stránky (→ **www.e-a-t.org**), které se posléze rozvinou do vlastního experimentu studia **dgú** (Petr Knobloch, Tomáš Celizna). Koncept webu je rozmyšlen tak, aby ho bylo možno jednoduše doplňovat o další exponáty. Výstava se totiž v každém dalším pokračování doplní o nové projekty, jejichž existence nám dnes třeba ještě není známa.

Celý projekt by měl podnítit diskusi o stavu oboru u nás a propagovat domácí tvorbu v Evropě. Doufejme, že neviditelná energie myšlenek a tvarů v originální práci českých a slovenských grafiků a typografů současnosti přispěje k renesanci kvalitní tvorby vizuálního prostředí nejen u nás, ale i širším středoevropském kontextu. ✖

↓ **Pozvánka na vernisáž výstavy Neviditelná energie myšlenek a tvarů (design R. V. Novák).** Invitation to the opening day of the exhibition Neviditelná energie myšlenek a tvarů (design R. V. Novák).

↘ **Pozvánka a plakát k výstavě e-a-t (design Johanna Balušíková).** Invitation and poster for the exhibition e-a-t (design Johanna Balušíková).

TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus (regular, medium, semibold, heavy) URW++ → OCR (B 10 BT)

BRADLO SANS regular **bold**
abcdefghijklmnopqrstuwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWXYZ

BRADLO SLAB regular **bold**
abcdefghijklmnopqrstuwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWXYZ

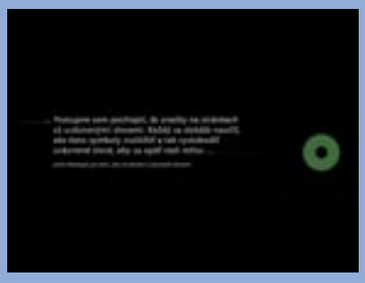
↑↑ **PETER BIĽAK návrh známky pro holandskou královskou poštu TPG v hodnotách 39 a 78 centů s použitím písma Fedra, Typotheque, Den Haag (2003–2004).**
Design for a poststamp for the Royal Dutch Post TPG worth 39 or 78 cents using the typeface Fedra, Typotheque, Den Haag (2003–2004).

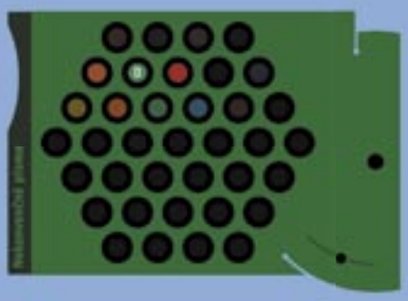
↑ **ANDREJ KRÁTKY písmo Bradlo, Font Shop (1995).** Typeface Bradlo, Font Shop (1995).

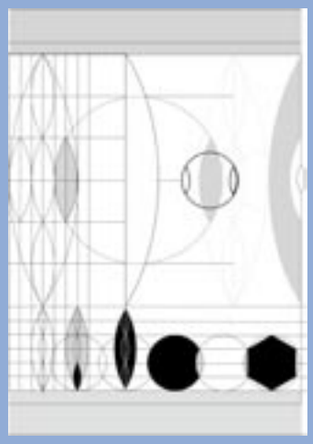
↗ **MAREK PISTORA plakáty pro vlastní písma Merkur, Vitalana, Plastic, Luft, Propag, Recorder, Saturday, Inspirace Picto a Micro (1996–2000).**
Posters for his own typefaces: Merkur, Vitalana, Plastic, Luft, Propag, Recorder, Saturday, Inspirace Picto and Micro (1996–2000).

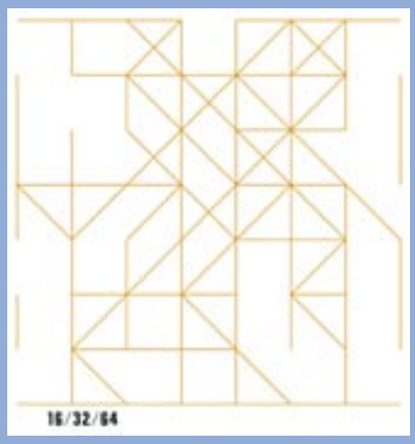
↓ **ŠTĚPÁN MALOVEC typografická instalace, Glasgow (2003).** Typographical installation, Glasgow (2003).

↘ **DANIEL BLONSKI abeceda zjedla deda – ukázka z interaktivního typografického programu (1998).**
Abeceda zjedla deda [Alphabet Ate Grandfather]—a sample from the Interactive typographical programme (1998).









↖↖ **DAVID FÍREK plakát časopisu Cinepur (2003).** Poster of the magazine Cinepur (2003).
↖ **EMIL DRLIČIAK modulor a vývojový diagram k autorskému projektu Hexagon (1998).** Modulator and development diagram for the author's project Hexagon (1998).
↑↑ **PETR KREJZEK obálka časopisu Živel 19 (2001).** Cover of the magazine Živel [Element] 19 (2001).
↗ **ROBERT V. NOVÁK plakát typografické transkripce šachové hry Marcela Duchampa – 16/32/64 (2002).** Poster of the typographical transcript of the chess game of Marcel Duchamp 16/32/64 (2002).
↑ **MARTIN ŠÚTOVEC obálky pro bratislavské nakladatelství Európa.** Covers for the Bratislava publisher Európa.
← **PAĽO BÁLIK Tupý predmet – časopis pro obrus pracovníků z reklamní branže (1996).** Tupý predmet [Blunt Object]—magazine for abrasion of workers from the advertising profession (1996)
↙↓ **PETR BABÁK plakát a autorský logotyp k osvitovému písmu Prkno (1992–1993).** Poster and author's logotype to the illuminated typeface Prkno [Plank] (1992–1993).

POZOR

↑↑ **FILIP BLAŽEK trojrozměrná verze logotypu pro časopis Pozor a obálka časopisu (1996).** 3D version of the logotype for the magazine Pozor [Attention] and the magazine cover (1996).

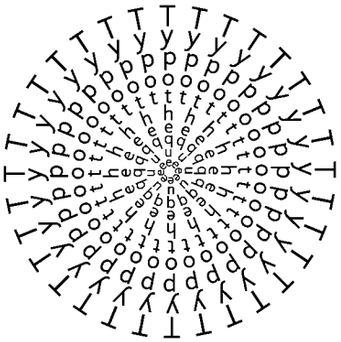
↗ **RADANA LENCOVÁ Přeměna odpadu = Proměna duše, orientální ornament (2002).** Přeměna odpadu = Proměna duše [Conversion of Waste = Transformation of the Soul], oriental ornament (2002).

↗↗ **JANA HORÁČKOVÁ prezentace k abecedě Rebeka (1995).** Presentation of the alphabet Rebeka (1995).

↗↗↗ **KLÁRA KVÍZOVÁ plakát Excholer pro časopis Živel (1995).** Poster Excholer for the magazine Živel (1995).

↑ **ZUZANA LEDNICKÁ autorský motiv k typografickému snáři (1998).** Author's motif to a typographical book of dreams (1998).

↓ **JOHANNA BALUŠÍKOVÁ typografická mandala z písma Jigsaw, Typotheque, Den Haag (2003–2004).** Typographical mandaůa set in typeface Jigsaw, Typotheque, Den Haag (2003–2004).



E-A-T (EXPERIMENT AND TYPOGRAPHY): EXHIBITION PROJECT CONCEPT

16 June 2004 is the launching date of the travelling exhibition project entitled **e-a-t** (experiment and typography) as part of the 21st International Biennale of Graphic Design programme in Brno. It will be possible to see a selection of work by typographers and graphic designers from the Czech Republic and Slovak Republic created between the years 1985 and 2004 in **Brno's Dům umění** (House of Art) (17 June–8 August),[1] in **Prague's Museum of Decorative Arts** (1–30 September) and in Bratislava's **Pálfy Palace** (8–30 January 2005).

The exhibition was inspired by two projects that presented a series of prominent personalities worldwide whose work of the 1990s is often connected by what used to be two exclusively separate professions—typographer and graphic designer: the book **Teal Triggs: The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design**[2] and the exhibition **Postscript** in Vienna's Künstlerhaus[3].

The concept of the prepared e-a-t project was presented in Prague's bookshop **Fraktály** by a small exhibition **Neviditelná energie myšlenek a tvarů** (Deset příběhů ze současné česko-slovenské typografie) [Invisible Energy of Thoughts and Shapes (Ten Stories of Contemporary Czech-Slovak Typography)][4]. The surge of "new blood" from Academy of Arts, Architecture and Design in Prague and Bratislava's School of Fine Arts sent large ripples through "our stagnant water" while the ideas and themes have left the Imaginary gate ajar to an all-European space.

The core of the exhibition is an attempt to document the process of creation and conditions for the realisation of typographical projects placing stressed on the original intention of the author, an experiment as a concept and mood of typographical expression.

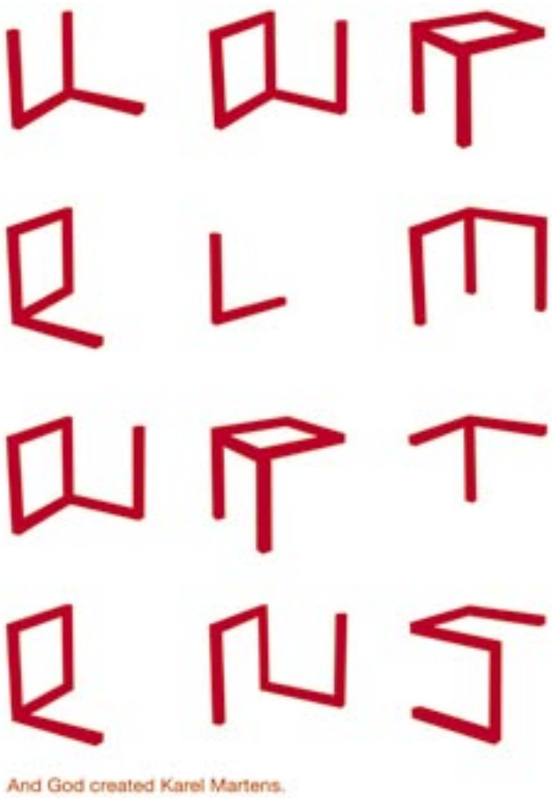
The title of the exhibition—experiment and typography—is comprehensible in the abbreviation e-a-t for Czech and English, and in its way it symbolises the removal of barriers between home and world creative work.

The exhibition is divided into two sections. The first creates the atmosphere of a typographical studio: most of the projects are presented on black-and-white B0 format posters placed on the walls of the gallery. The posters document inspirational sources and final results whereas the work process is presented as sketch books, composed B3 exercise books that freely combine logotypes, sketches and original subjects.

The second section presents realised projects: book covers, original posters, 3D objects and interactive computer applications.

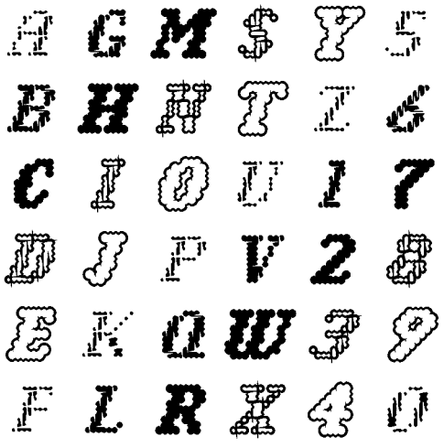
An information website (→ **www.e-a-t.org**) has been set up for the exhibition, which will later develop into an experiment of the studio **dgú**—of Petr Knobloch and Tomáš Celizny. The concept of the web will be devised in such a manner as to enable further exhibits to be added. As it continues, the exhibition will be complemented by new projects whose existence is as yet unknown.

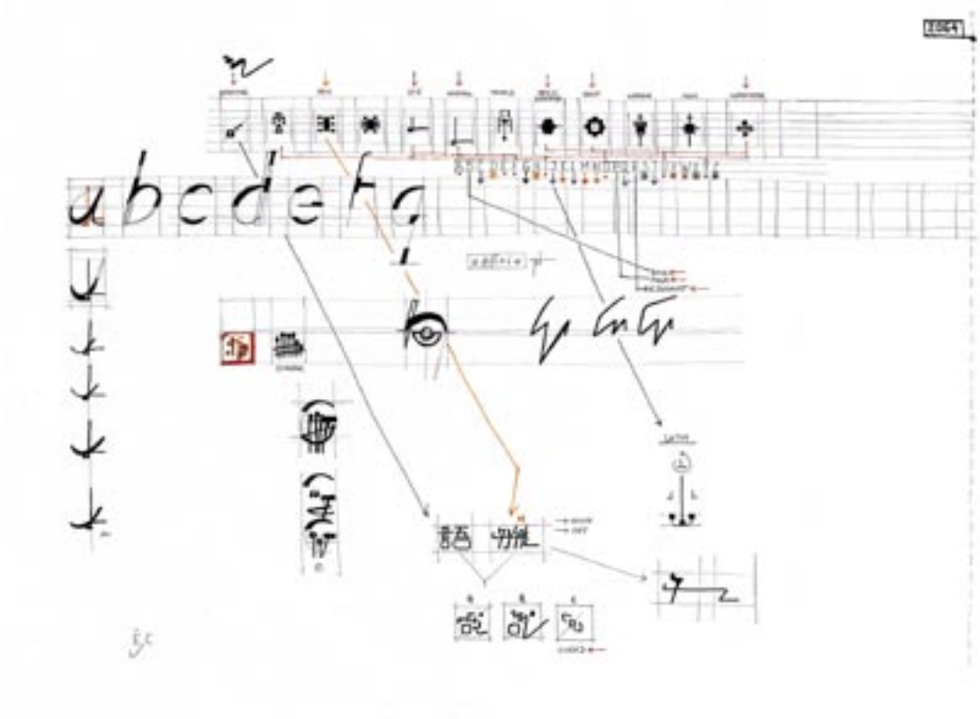
The entire project should stimulate discussion about the situation concerning the field in this country and promote the work of local designers and typographers in Europe. Let us hope that the invisible energy of thoughts and shapes in the original work of Czech and Slovak contemporary graphic designers and typographers contributes to the rebirth of good work of the visual environment not only in this country but throughout central Europe. ✖



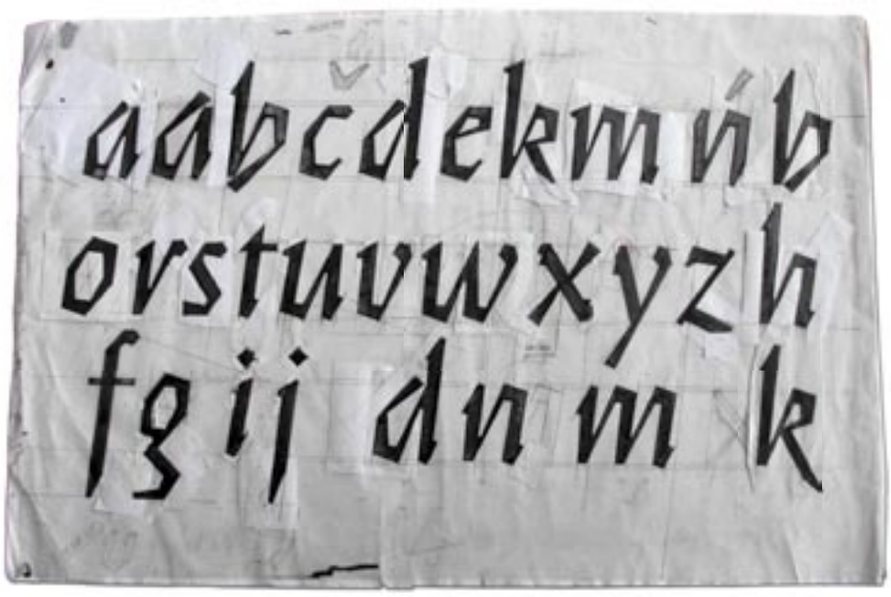
↑ **TOMÁŠ BROUSIL skici k písmu Katarine, Suitcase Type Foundry (2003).** Sketches to the typeface Katarine, Suitcase Type Foundry (2003).
← **RADIM PĚŠKO autorský plakát pro Karla Martense, Werkplaats Typografie, Aarnhem (2004).** Author's poster for Karl Martens, Werkplaats Typografie, Aarnhem (2004).
↙ **PAVEL LEV logotypy pro časopis Reflex (1993).** Logotypes for the magazine Reflex (1993).
↓ **KAREL HALOUN booklet CD Hudba Praha, Panton (1991).** Hudba Praha's CD booklet for the music publishers Panton (1991).

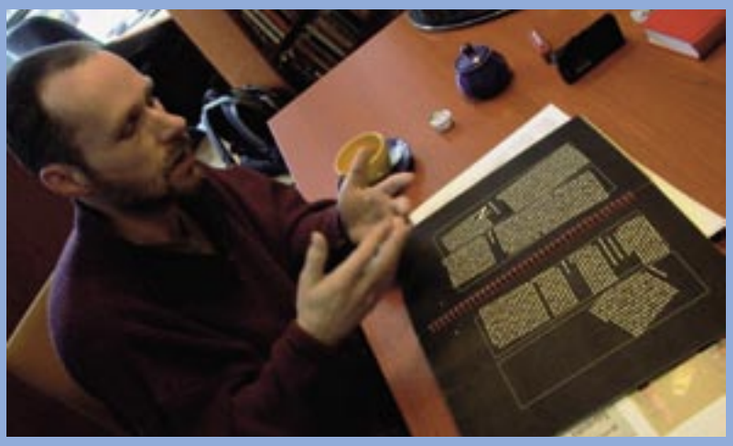
HROTY ÚTERAK ÚTOK

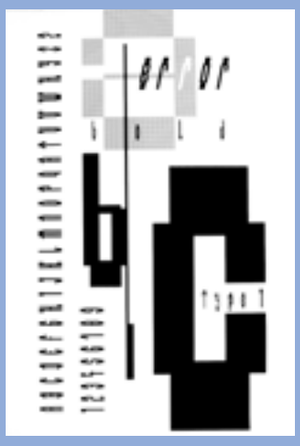




↖ **ZUZANA LIČKO plakát k písmu Narly pro časopis a písmolijnu Emigre (1993).** Poster for the typeface Narly for the magazine and type foundry Emigre (1993).
↑ **ALAN ZÁRUBA skica k autorskému písmu Cogito pro Schoolmuseum Rotterdam (2002).** Sketch to the author's typeface Cogito for the Schoolmuseum Rotterdam (2002).
← **TOMÁŠ MACHEK logotyp k typografickému projektu Type Egoist Family (1993) a autorské písmo Funkix (1993).** Logotype for the typographical project Type Egoist Family (1993) and author's typeface Funkix (1993).
↓ **DANIEL MARKOVIČ skica k abecedě Hrana (1997).** Sketch to the alphabet Hrana [Edge] (1997).







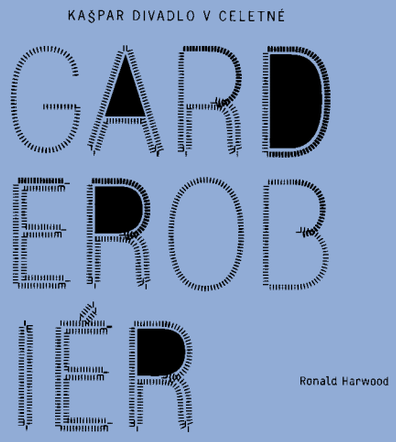
↖ **JULO NAGY ukázky z rozhovoru nad autorským projektem Biblia.** Extracts from an interview about the author's project Biblia.

↑ **JÁN ŠICKO abeceda pro časopis VIna 13 (2002).** Custom font made for magazine VIna 13 [Wave 13] (2002).

↗ **PAVEL JEDLIČKA plakát k prezentaci písma Error (1997).** Poster for the presentation of the typeface Error (1997).

← **ALEŠ NAJBRT skica k filmovým plakátům Pražská pětka (1989) a Kopytem sem, kopytem tam (1988), logotyp pro hru Jedlovým písmem (divadlo Sklep, 1988).** Sketch to the film posters Pražská pětka [Prague Five] (1989) and Kopytem sem, kopytem tam [A hoof here, a hoof there] (1988), logotype for the play Jedlovým písmem [Willow Typeface] of the theatre Sklep [Cellar] (1988).

↓ **MARTIN BAJANÍK Via Dolorosa – vizuální abstrakce 14 biblických zastavení na Křížové cestě (2001).** Via Dolorosa—proces of visual abstraction for 14 stations of the Cross (2001).

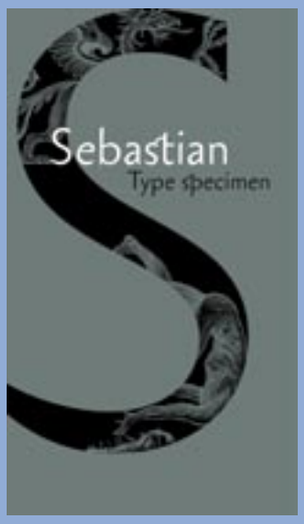


↖ **ONDŘEJ CHORÝ autorské písmo Mongoloid (1993).** Author's typeface Mongoloid (1993).

↑ **MIKULÁŠ MACHÁČEK plakát Garderobiér k představení divadla Kašpar (2003).** Poster Dresser for a performance of the theatre Kašpar (2003).

← **LUBOŠ DRTINA autorská abeceda Pes (1996).** Author's alphabet Pes [Dog] (1996).

↓ **FRANTIŠEK ŠTORM titul manuálu reedice písma Metron (2004), ukázky písem Sebastian (2003) a Andulka (2004) z manuálů 1. Střešovické písmolijny, Praha.** Title to the manual for the re-edition of the typeface Metron (2004), extracts from the manuals of Storm Type Foundry, Prague, the typefaces: Sebastian (2003) and Andulka (2004).



POZNÁMKY / FOOTNOTES:

1 Na výstavě v Brně je zastoupeno 35 autorů. 35 authors are presented at the exhibition in Brno.
Česká republika / Czech Republic: Petr Babák, Filip Blažek, Tomáš Brousil, Luboš Drtina, David Fírek, Karel Haloun, Jana Horáčková, Ondřej Chorý, Pavel Jedlička, Petr Krejzek, Klára Kvízová, Zuzana Lednická, Radana Lencová, Pavel Lev, Štěpán Malovec, Mikuláš Macháček, Tomáš Machek, Aleš Najbrt, Robert V. Novák, Radim Peško, Marek Pistora, František Štorm a Alan Záruba.
Slovensko / Slovakia: Martin Bajaník, Palo Bálik, Johanna Balušíková, Peter Biľak, Daniel Blonski, Emil Drličiak, Andrej Krátky, Zuzana Ličko, Daniel Markovič, Julo Nagy, Ján Šicko a Martin Šútovec.

2 Teal Triggs: The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design. Thames & Hudson Ltd., London 2003 (ISBN 0-500-51143-8).

3 **Postscript, Künstlerhaus Wien, 11. 10.–1. 12. 2002.**
Výstavy se zúčastnili Johanna Balušíková, Peter Biľak, František Štorm a Alan Záruba. K výstavě vyšla kniha: Martina Fineder, Eva Kraus, Andreas Pawlik: Postscript. Zur Form von Schrift heute. Hatje Cantz Verlag, Ostfildern-Ruit, Deutschland 2004 (ISBN 3-7757-1415-4).
Johanna Balušíková, Peter Biľak, František Štorm and Alan Záruba participated in the exhibition. A book was published on the exhibition: Martina Fineder, Eva Kraus, Andreas Pawlik: Postscript. Zur Form von Schrift heute. Hatje Cantz Verlag, Ostfildern-Ruit, Deutschland 2004 (ISBN 3-7757-1415-4).

4 **Alan Záruba: Neviditelná energie myšlenek a tvarů.**
Galerie knihkupectví Fraktály, 9. 4.–5. 5. 2003. K této výstavě vychází publikace A. Záruby Deset příběhů ze současné česko-slovenské typografie v nakladatelství Alba Design Press, s. r. o., jako 2. svazek ediční řady designrevue.cz.
(Invisible Energy of Thoughts and Shapes) Gallery of the Fraktály bookshop, 9. 4.–5. 5. 2003.
A publication by A. Záruba is being published on this exhibition entitled Deset příběhů ze současné česko-slovenské typografie [Ten Stories of Contemporary Czech-Slovak Typograhy] by the publishers Alba Design Press, s. r. o., as a second volume of the editorial series designrevue.cz.

TYPO na **TYPO**

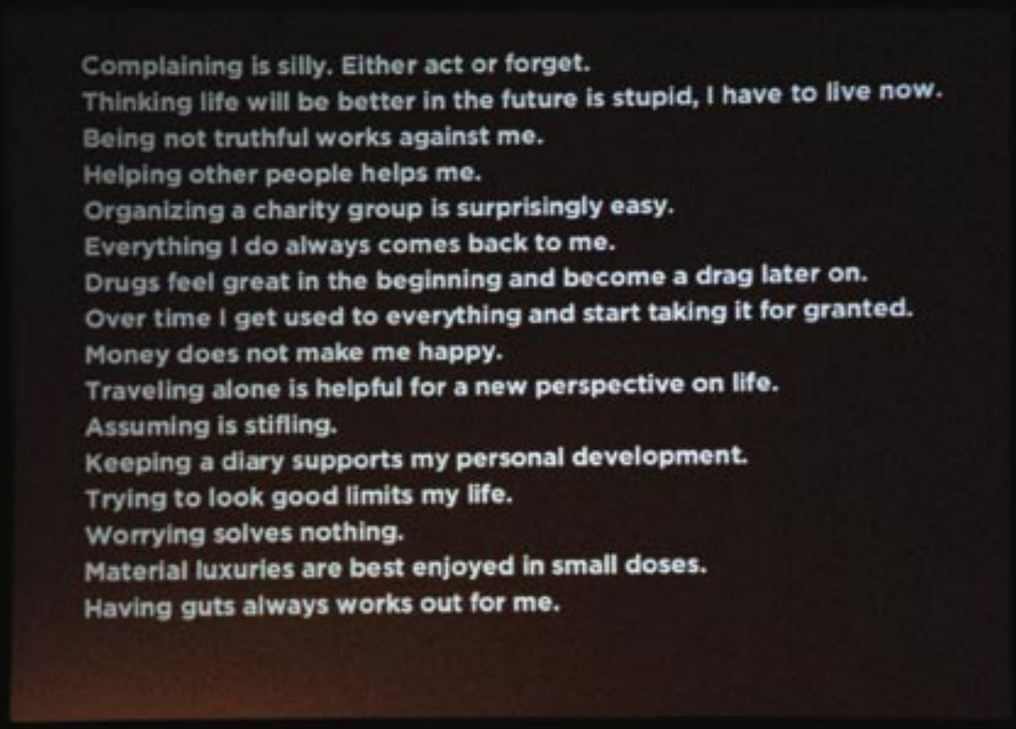
TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus (regular, medium, semibold, heavy) URW++

text Pavel Kočička a Pavel Zelenka
foto Typo Magazine & Typo Berlin
translation Elizabeth Kindlová

Schrift

TYPO BERLIN 2004

Devátý ročník mezinárodní konference **Typo Berlin** se nesl v duchu návratu ke kořenům, tedy k typografii. Program naplněný přednáškami známých typografů měl zahájit slovutný **Robert Bringhurst**... Je nám nesmírně líto, Robert Bringhurst nepřijel.
Místo básníka, lingvisty a typografa Roberta Bringhursta vystoupil profesor **Jochen Gros**, který prezentoval idealistický (avšak nikterak originální) nápad vytvořit univerzálně srozumitelný piktografický jazyk. A vzal to opravdu od podlahy – pardon, od Číňanů – a skončil u animovaných emotikonů v e-mailech. Této tematice jsme ostatně věnovali v loňském ročníku číslo 3 a 6, takže pozorní čtenáři vědí, o co mohlo jít.
Holandští chlapci z **Underware** tentokrát neukázali spodní prádlo, takže zbytečně nesnižovali šance mužské části obecenstva u přítomných typografek. Z vrozené skromnosti neukázali téměř žádné vlastní písmo, raději se soustředili na písma vytvořená účastníky jejich workshopů. Prezentace vzbudila obdiv. „Někdy bych chtěl mít tolik času na normální práci, kterou Underware věnovali přípravě samotné prezentace," nechal se slyšet jeden z účastníků. Zřejmě šlo pouze o závist, že Underware mají čas jít i do sauny.



Also sprach Stefan Sagmeister / Thus spoke Stefan Sagmeister

Každý obor potřebuje idol, při jehož vystoupení na veřejnosti dívky omdlévají a muži jenom tiše závidí. Stefan Sagmeister se vyhoupl na pódium ladným obloučkem a pohyboval se s nonšalancí lva salónů. Z věcí, které ho dělají šťastným, raději hned vyškrtal všechny sexuálně motivované činy, aby přítomným dívkám nebral iluze. Bylo zajímavé poslouchat, jak Stefana uspokojuje typografie, ale čtvrt hodinu mohl sexu věnovat. A poučení z jeho přednášky? Peníze ho prý nedělají šťastným. Je fajn vědět, že Rolling Stones za obal desky Bridges to Babylon moc neutratili... :)

Typografové jsou zvláštní tvorové. **„Tenkrát byla paměť počítačů velmi nedostatkové zboží. Nakreslil jsem tedy písmo, které vypadalo dobře a přitom potřebovalo asi o 30 % méně paměti než Times. Radostně jsem výsledek několikaměsíční práce ukazoval našim inženýrům. Ó, to je skvělé, Matthew, ale víš, vyvinuli jsme pro fonty kompresní algoritmus, takže nás už nedostatek paměti netrápí. Tak se mi (už po několikáté v životě) stalo, že jsem vyřešil neexistující technický problém,“** popisoval **Matthew Carter** vznik písma Charter. Proto když ho Microsoft oslovil s existujícím technickým problémem, zprvu nabídku odmítal: **„Optimalizace písem pro obrazovku? To za chvíli nebude potřeba.“** Nicméně se ukázalo, že právě na obrazovkových písmech se dá udělat skvělá kariéra.

Mají typografové smysl pro humor? **Gerhard Unger** určitě. **„Teď se připravte na nejhorší,“** řekl a s nefalšovanou hrůzou v očích promítl stránku novin tištěnou klasicky řádkovým sázecím strojem. Zmatené auditorium si nedovolilo vydat jedinou hlásku, což si Gerhard Unger vysvětlil jako strach. **„Ale nebojte se, už nemusíte odvracet zrak, protože jsem to vyřešil,“** řekl a promítl dvě úplně stejné litery „e“. V přednáškovém sále to nevěřícně zašumělo. Wow! To je opravdu objevné řešení. Dalších pět minut Unger rozebíral vzájemné rozdíly. Písmenka se mi pomalu rozostřovala, do sluchátek přerušovaně ševelil simultánní překlad stíhající každou lichou větu... Probudil mne až potlesk.

„Tady je Optima. Udělali jsme ‚minor changes‘ a vznikla Optima Nova. Optima, Optima Nova,“ říkal s japonskou skromností **Akira Kobayashi**, jinak šéfdesignér Linotype. Malé změny za 1000 EUR? To jistě ocení nejen studenti. A jak vzniklo slavné Zapfino? **„Nejdříve mi profesor Zapf znaky předkresloval na papír. Profesor Zapf se nikdy nedotkl počítače. Pak ale uviděl, jak křivky překresluji ve FontLabu, a tak už jen seděl před monitorem a říkal: Akiro, udělej tenhle oblouk hezčí!“**

A aby to nebyla zas taková nuda, **Alessio Leonardi** odpřednášel svou knihu **Od krávy k psacímu stroji aneb (Pravdivá) historie typografie**. Kniha je to vtipná i poučná a Alessio má nádherný proužkovaný sametový oblek. Vřele doporučujeme (jak knihu, tak oblek)! (Více v recenzi na stranách 42–43.)

Peter Saville diváky poučil, jak dělat nezapomenutelný design. **„Přišel za mnou manažer Joy Division, abych do konce týdne navrhl obal na desku. Neměli žádnou představu, neměli ani název a vlastně neměli ani hudbu. V zoufalství**

Gerhard Unger

Matthew Carter

Stefan Sagmeister

Alessio Leonardi

TYPO ON TYPO

The ninth international conference of **Typo Berlin** took place in the spirit of a going back to the roots, i.e. to typography. The programme, packed with lectures by well-known typographers, was opened by **Robert Bringhurst**, who... but stop, that was not the way it was. We were very sorry that Robert Bringhurst could not come because he could have extended the number of signed copies of his book in the Czech Republic by another three, as that was how many of us were in the party. But Mr. Bringhurst, do not grieve and come to Prague in October! We will have the books with us!

In place of poet, linguist and typographer Robert Bringhurst, Professor **Jochen Gros** presented an idealistic (though not in any way an original) idea of creating a universal comprehensible pictographic language. And he really did go back to the roots—excuse me to the Chinese—and finished with animated emoticons in e-mails. We did in fact deal with this subject in last year's 3rd and 6th issue of TYPO, so keen readers know what this could have been about.

The boys of **Underware** did not show any underwear this time, so they did not decrease the chances of the male section of the audience with the female typographers present. With a natural modesty they did not present any of their own types, but preferred to focus on types created by participants of their workshops. The presentation was received with admiration. **"Sometimes I would like enough time for the normal work that Underware devote to preparing a presentation,"** was what one participant said. Evidently this was a mere show of envy that Underware has time to go to the sauna.

Every field needs to have an idol during whose performance girls faint and men are quietly envious. **Stefan Sagmeister** hurled himself onto the podium in an elegant round leap and moved about with the nonchalance of a salon lion. He immediately dismissed all sexually motivated acts from the things that make him happy so he would not disillusion all the girls present. It was interesting listening to how typography satisfies Stefan, but he could then devote a quarter of an hour to sex. And the lesson gained from his lecture? Apparently money does not make him happy. It was nice to know that the Rolling Stones did not spend much on the album cover for Bridges to Babylon ... :)

Typographers are peculiar creatures. **"At the time computer memory was in very short supply, I decided to draw a type that looked very good but required 30% less memory than Times. I joyfully displayed the result of several months of work to our engineers. Oh, this is great Matthew, but you know we have developed a compression algorithm for fonts so we have no more problems with lack of memory now. And so (as has already happened to me several times in life) I managed to resolve a non-existing technical problem,"** was how **Matthew Carter** described the emergence of the Charter type. So when Microsoft approached him with an existing technical problem, he rejected the offer initially: **"Optimisation of fonts for the screen? This will not be needed very soon."** Nevertheless, it turned out that he could build a wonderful career on creating screen fonts.

Do typographers have a sense of humour? **Gerhard Unger** certainly does. **"Now be prepared for the worst,"** he said and with real horror in his eyes he projected a page from a newspaper printed by a classical line type setting machine. Not a single noise could be heard from the confused auditorium, which Gerhard Unger explained to be fear. **"But don't be scared, you no longer have to turn your eyes away because I have already resolved this,"** he said and projected two exactly the same letters "e". There was an unbelievable murmur in the lecture hall. Wow! This is truly a pioneering solution. For the next five minutes Unger analysed the mutual differences. The letters slowly sharpened, the simultaneous interpreting into the headphones sounded like interrupted twittering managing to interpret every other sentence ... I was only awoken by the applause.

"Here is Optima. We have made some 'minor changes' and have created Optima Nova. Optima, Optima Nova," said **Akira Kobayashi** with Japanese modesty, otherwise Linotype's chief designer. Minor changes for a 1000 EUR? This will certainly be appreciated not only by students. And how did the famous Zapfino appear? **"First of all, Professor Zapf drew the characters on paper. Professor Zapf had never even touched a computer. But then he saw how I re-drew the contours in the FontLab, and so he just ended up sitting in front of a monitor saying: Akira, make that curve look nicer!"**

jsem ukázal jednu fotografii v časopise, která se mi líbila.“ Tak takhle vznikl slavný obal na album Closer s postmoderní fotkou **Bernarda Sierra Wolfa**.
„‚Pánové, vy jste absolutní magoři!‘ poznamenal klient, když si **Tobias Frere-Jones** a **Jonathan Hoefler** začali zbrusu nové číslo jeho novin prohlížet s lupou v ruce a radovali se nad perfektně vykreslenými literami ve čtyřbodové velikosti... A dlužno dodat, že klient měl pravdu – oba jsou to zkrátka typografičtí fanatici. Jejich poučná a výchovná prezentace o „na míru šitých písmech“ byla ukázkou těch nejsofistikovanějších řemeslných postupů. Už se těšíme, co vypadne z nově ohlášené písmolijny obou pánů – Hoefler & Frere-Jones!
Jan Middendorp přijel propagovat svou skvělou knihu **Dutch Type** (recenzi jsme uveřejnili v Typo 8) a během přednášky se pokoušel v posluchačích vzbudit zájem o secesní písma na jedno použití. Ale ani přes hodinové promítání tiskovin ve stylu Art Deco to nevypadalo, že by snad jediný posluchač chtěl opustit svou zásobu neogrotesků. (Více v rozhovoru na str. 29–31.)
Velký Erik (čti **Spiekermann**) původně neměl vystupovat jako řečník, ale poté, co Velký Fred (čti **Smeijers**) onemocněl, příležitost využil, i když jenom tak napůl, podobně jako suplující učitel na základní škole: Erik Spiekermann promítal posluchačům výukové filmy z archivů Bertholdu a BBC (firmám tímto děkujeme). Mladým a dychtivým typografům tak představil doby plné olova a manuální dřiny. (Výroba echtovní německé fraktury v roce 1935 byla učiněný politický manifest!)
Jedním z nejtoužebněji očekávaných vystoupení byla prezentace nefalšovaných Amíků z **Delaware**. Tihle hoši nejen produkují neuvěřitelně stylový design, písma, ilustrace, přepečlivě své produkty balí, ale hlavně hrají hlasitý syrový kytarový rock. Jen místo zpěvu vykřikuje frontman „kapely“ **House Industries** texty o tom, jak jejich firma chrlí jedno (v Evropě) nepoužitelné písmo za druhým (s čestnou výjimkou **Neutraface**, ke kterému si můžete pořídit i stylové polštářky na pohovku). Na jejich technicky skvěle zvládnutou knihu **House Industries** plnou komiksových ilustrací na téma „my čtyři hoši z House Industries 1001× jinak“ se v předsálí stála předlouhá fronta. Sebeprezentace par excellence!
A celkový dojem? Tři dny nabité typografií od rána do večera. Málem byste si řekli, že to je nuda. Ale není – z toho nás vyvedlo závěrečné vystoupení **Rocky Horror Typo Show**, které obstaral komik, typodesignérograf, aktivista **Tom Rielly**. Brilantně shrnul v několika skečích všechny hlavní prezentace a udělal si legraci snad z každého významného řečníka včetně Matthew Cartera či Gerarda Ungera. O kvalitě jeho humoru svědčí i to, že převážně německé obecenstvo se prakticky nesmálo. V sále s tisícovkou sedadel se ozýval hlasitý smích několika desítek zahraničních návštěvníků. Z Němců si zkrátka žádný Amík legraci dělat nebude! A už vůbec ne legraci typografickou!
Mimochodem, víte jaký je rozdíl mezi chůzí patkového a bezpatkového velkého A? ✖

Akira Kobayashi

Peter Saville

Erik Spiekermann

House Industries

But so it would not be so boring, **Alessio Leonardi** gave a lecture on his book **From the Cow to the Typewriter: The (true) History of Typography**. The book is witty and instructive, and Alessio has a lovely striped velvet suit. We greatly recommend it (book and also suit)! (More in a review on pages 42–43.)
Peter Saville instructed the audience on how to produce an unforgettable design. **“The manager of Joy Division came to see me so I would design an album cover for the band by the end of the week. They had no ideas. They did not even have a title and did not actually have the music. In desperation I showed him a photograph from a magazine that I liked.”** So this is how the famous cover for the Closer album appeared with **Bernard Sierra Wolf's** post-modern photo.
“‘**Gentleman, you are absolute nerds!**’” a client told them when **Tobias Frere-Jones** and **Jonathan Hoefler** began examining the new issue of a newspaper with a magnifying glass in hand and were rejoicing in the perfectly drawn four-point size letters... And added to that the client was right. Simply speaking they are typographer fanatics. Their instructive and educational presentation on “custom types” was an example of the most sophisticated craft procedures. We look forward to finding out what will appear from the newly introduced type foundry of these two gentlemen—Hoefler & Frere-Jones!
Jan Middendorp arrived to promote his wonderful book **Dutch Type** (we printed a review in Typo 8) and during his lecture he attempted to arouse the interest of the audience in Art Nouveau types for single use. But not even after over an hour of projecting printed matter in the Art Deco style, did it appear that a single person would want to abandon his or her supply of neo-Grotesque types. (More in an interview on page 29–31)
The great Erik (read **Spiekermann**) was originally not to appear as a speaker, but after the great Fred (read **Smeijers**) fell sick, he made use of what turned out to be half of an opportunity, something like a substitute elementary school teacher: Erik Spiekermann projected sound films from the Berthold and BBC archives (we hereby thank the firms). He therefore presented the times of lead and manual labour to young and eager typographers. (The production of the true German gothic print of 1935 was a real political manifest!)
One of the most looked forward to appearances was the presentation of some genuine Americans from **Delaware**. These boys not only produce unbelievable stylised designs, types, illustrations and package their products with extra care, but they mainly play loud raw guitar rock. Instead of singing, the front man of the “band”, which calls itself **House Industries**, shouts out texts about how the firm churns out one (in Europe) unusable type after another (with the honourable exception of **Neutraface** to which you can also acquire stylised sofa cushions). There was a mile-long queue in the foyer for their wonderfully technically mastered book House Industries full of comic illustrations on the theme “we four boys from House Industries 1001× otherwise”. Self-presentation par excellence!
And what about the overall impression? Three days packed with typography from morning till evening. You could almost say boring. But not so—we certainly changed our minds with the closing presentation of the **Rocky Horror Typo Show**, arranged by comic, typo-designer-grapher, activist **Tom Rielly**. In several sketches he brilliantly summarised the main presentation and made fun of just about every prominent speaker including Matthew Carter and Gerard Unger. Proof of the quality of his humour was demonstrated in the fact that most of the German part of the audience did not laugh. Just several dozen foreign visitors could be heard laughing loudly in a hall with a thousand seats. No Yankee is going to make fun of the Germans! And certainly not make fun of typography!
By the way, do you know the difference between the walk of a serif and san-serif capital A? ✖

rozhovor s j.m.*

*jan middendorp

V BŘEZNU VYDAL HOLANDSKÝ, V BELGII ŽIJÍCÍ SPISOVATEL A DESIGNÉR JAN MIDDENDORP KNIHU, NA KTERÉ PRACOVAL (SOUČASNĚ S MNOHA DALŠÍMI PROJEKTY) SEDM LET. TÉMĚŘ OKAMŽITĚ SE STALA LEGENDOU; STRUČNOU INFORMACI O NÍ PŘINESLO I POSLEDNÍ ČÍSLO TYPO. V KVĚTNU PŘEDNÁŠEL MIDDENDORP NA KONFERENCI TYPO BERLIN. VYUŽILI JSME TÉTO PŘÍLEŽITOSTI K ROZHOVORU.

rozhovor vedli Filip Blažek a Pavel Zelenka
images z knihy / from the book Dutch Type
foto redakce
translation Elizabeth Kindlová

✖ Erik Spiekermann během konference žertoval, že počet policistů v Německu je shodný s počtem grafických designérů v Holandsku. Proč je tedy v Holandsku tolik designérů?
Částečně jsem to vysvětloval ve své přednášce a je to tak trochu spekulace, ale myslím si, že Holanďané z historických důvodů inklinují k tomu dělat si věci po svém. Dokonce i svou zemi přece vybudovali na vodě. Vždycky se snaží přijít s něčím novým, být v něčem první. Věděli jste například, že holandská firma Philips je vynálezcem audiokazet a CD? V Holandsku existuje názor, že pokud chcete něco vidět, jdete a vytvoříte to. A stejné je to s písmem. Pokud potřebujete mít ve svém designu specifický prvek, pak vytvoříte vlastní písmo, protože to, co navrhují ostatní, není nikdy dost dobré. „Udělám to lépe, protože vím, jak na to.“ To je jednoznačně součást holandské mentality.

✖ Jak je možné, že jsou holandští tvůrci písem široce akceptováni veřejností? Porovnáme-li naši zkušenost z České republiky, která má přibližně stejnou velikost i počet obyvatel, tak typografie u nás není zdaleka tak populární.
To je komplikované, protože Holandsko má velice dlouhou tradici vlastních písem. Například v sedmnáctém století vznikla škola holandského písmařství založená na písmu Garamond, ale s vyšší střední výškou, a proto ekonomičtější. Byl to chytrý přístup, protože jste pak na výrobu stránky spotřebovali méně kovu, méně olova a ve výsledku i méně papíru. Bylo přirozené, že byl tento způsob práce akceptován: byl totiž levný. A tento aspekt byl rozhodující i ve dvacátém století. Nejprodávanější holandská písma jsou písma vyrobená

INTERVIEW WITH JAN MIDDENDORP

IN MARCH 2004 JAN MIDDENDORP, A DUTCH WRITER AND DESIGNER LIVING IN BELGIUM, PUBLISHED A BOOK HE HAD BEEN WORKING ON (AMONG MANY OTHER JOBS) FOR SEVEN YEARS. THIS BOOK BECAME A LEGEND ALMOST IMMEDIATELY IT APPEARED. THE LAST ISSUE OF TYPO BROUGHT SOME BRIEF INFORMATION ABOUT THIS BOOK. IN MAY MIDDENDORP GAVE A LECTURE AT THE TYPO BERLIN CONFERENCE. WE TOOK THIS OPPORTUNITY TO INTERVIEW HIM.

During the conference Erik Spiekermann had joked about the number of policemen in Germany to be the same as the number of graphic designers in Holland. So why are there so many designers in Holland?
I explained this a little bit in my lecture and it is just a speculation. But I think that for historical reasons people in Holland are very much inclined to want to make their own stuff. After all, they have even created their own country from water. And they have always gone out and tried to be the first at doing something. Did you know that the Dutch company Philips invented the audio cassette and the CD? In Holland there is some kind of spirit that when there is something you would like to see, you make it. And it's the same with typefaces. If you want to have a certain element in the stuff you design, then you produce a typeface, because what other people do is not good enough. This comes with the idea that “I can do it better”. I can do it better because I know how to do it. This is very much a part of Dutch mentality.

How come Dutch typographers are widely accepted by the public? If we compare this with the Czech Republic, which has roughly the same population, then typography here is nowhere near as popular.
It's complicated because Holland has a very long tradition of typefaces. For example, in the 17th century there was an old school of Dutch typefaces that was based on Garamond, but with a larger x-height and therefore more economical. This was a clever aspect because you needed less metal, less lead for making a page, and maybe also less paper. It was natural to be accepted, because it was cheaper. Such commercial aspects were also crucial in the 20th century. The biggest selling types were **Dutch types** that were published by a firm called the **Amsterdam type foundry, which had almost monopoly in selling printing equpment**. They sold machines to most of the printers in the Netherlands and they had very good salesmen.
So the types were secondary products for them. But these small printers in Holland used the types because they had no choice. They produced **Hollandsche Mediaeval,** designed by Sjoerd de Roos, the first new Dutch book face in about 200 years, and everybody used it. It was so popular that during WWII the printers used this typeface for illegal manifestos. When the Germans tried to discover who had printed those pamphlets or books, they just couldn't find out, because all the printers owned this typeface.
So it was as much an economic as an aesthetic thing. And today the acceptance of **Dutch typefaces** depends very much on the design agencies or the advertising agencies, because they are the ones who buy the type. They buy it because they like the style and they have gotten used to it because it's economical and different to Helvetica or Meta.

Can you advise us how to get the Czech public to show interest in typefaces? Or even Czech clients to show interest in customised typefaces?
Money is always the central problem. The biggest growth of the Dutch type was in the 1980s and early 1990s, when there was money enough and then people got used to ordering new typefaces for a job. Ordering custom fonts happens a lot more in England or in America than in Holland. No Dutch type designer can make a living from these commissioned typefaces, but in America this is the case. So the first thing is that your clients have enough money to buy your typeface, otherwise they just use Arial, because it's on every computer anyway. And then there is the issue of copyrights. In Holland nowadays copyrights are strongly controlled. People get fined if they don't have the right license as well as the software including typefaces, so this means that if you have a big company that wants to license Linotype Universe for about 10 000 of its computers, then for the customer it's a lot of money. A license for a new typeface may be cheaper and so it is preferred.

TYPO.TEXT **Nimbus Sans** Novus (regular, medium, **semibold**, **heavy**) URW++ → **DIN (plain, bold)**

→ Sjoerd De Roos

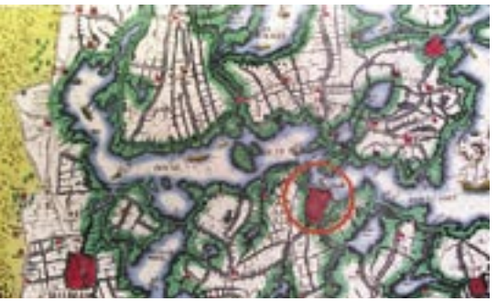
firmou **Amsterdam Type Foundry**, která má téměř monopolní postavení při prodeji tiskařského vybavení. Prodává stroje skoro všem tiskárnám v Nizozemí a má velice schopné prodejce.
Písma pro ně byla tedy až druhotným produktem. Ale malé holandské tiskárny používaly jejich písma, protože prostě neměly jinou volbu. Pak vzniklo **Hollandsche Mediaeval**, první holandské knižní písmo po zhruba dvou stech letech, navržené **Sjoerdem de Roosem**. Bylo tak populární, že jej za druhé světové války tiskaři používali k tištění ilegálních manifestů. Když se pak Němci snažili zjistit, kdo vytiskl ten či onen pamflet nebo knihu, prostě na to nemohli přijít, protože písmo vlastnily téměř všechny tiskárny.
Stejnou měrou se tak jednalo o zájmy estetické i ekonomické. Dnes použití holandských písem závisí spíše na designérských a reklamních společnostech, protože to jsou právě ony, které písma kupují. A kupují je, protože si ten styl oblíbily, případně že si na ně zvykly, protože jsou ekonomická a zároveň jiná než Helvetica nebo Meta.

× Můžete nám poradit, jak přivést českou veřejnost k zájmu o písma? Nebo dokonce české klienty k písmům na míru?
Hlavním problémem jsou vždy peníze. Největší nárůst zájmu o holandská písma byl v osmdesátých letech 20. století a na začátku let devadesátých, kdy bylo dost peněz a lidé si zvykli objednávat písma na zakázku. Tato písma jsou mnohem běžnější v Anglii a Americe než v Holandsku. Žádného holandského typografa by písma na zakázku neuživila, ale v Americe to jde. První věc tedy je, aby váš klient měl dost peněz, aby si mohl vaše písmo koupit, protože jinak přece může použít Arial, který je tak jako tak na každém počítači.
A pak jde také o otázku autorských práv, která jsou dnes v Holandsku přísně kontrolována. Lidé dostávají velké pokuty, pokud nemají v pořádku licenci softwaru i písem, takže pokud vlastníte velkou firmu, která chce získat licenci na Linotype Universe pro svých deset tisíc počítačů, jde o příšernou sumu peněz. Licence na nové písmo vyjde levněji, a tak je často preferována.
Ale obávám se, že lidé v České republice na ochranu autorských práv zatím tolik nedbají. Je to záležitost uvědomění, ale také klientova zájmu o použití nového písma. Domnívám se například, že písma **Františka Štorma** jsou naprosto unikátní, velice česká a já jsem jejich velkým zastáncem.
A proto se domnívám, že by každý Čech měl vyhodit Mety a Officiny oknem a místo nich používat písma Štormova. Nebo Týfova, která jsou podle mého názoru nejzajímavějšími současnými bodoniovskými písmy. Mám je moc rád. Je moc dobře, že máte svůj vlastní styl. Není mnoho zemí, které by měly takto vyhraněný styl tvorby písem.

× Co pro vás znamená „český styl“?
Domnívám se, že právě v písmech Františka Štorma je cosi jako smysl pro humor. Obecně mají čeští typografové smysl pro řemeslo, ale také pro to, co dává tvarům písma krásu. Je to jistý druh estetiky, který není snadné popsat, ale který mám velice rád.

× Jak jste dokázal shromáždit podklady pro svou knihu? Co byste doporučil autorovi, který by se například chtěl pokusit o něco podobného s českými písmy v českých podmínkách?
Začal jsem dělat rozhovory s lidmi, a protože rád s lidmi mluvím o jejich práci, prostě jsem je nechal mluvit a ukazovat mi jejich práce. Lidé mi důvěřovali a půjčovali mi své práce a skici ke skenování. Většinu skenování – asi dva tisíce obrázků, ze kterých se v knize použilo asi osm set – jsem dělal sám. Naštěstí jsem už v té době měl velké zkušenosti se skenováním a používáním Photoshopu. Pocházím z Holandska, ale žiji v Belgii, kde není grafický design tak uznávaným odvětvím jako v Holandsku, takže se často musíme zabývat nízkorozpočtovými projekty, kde je člověk sám sobě nejen sazečem, ale i reprodukčním grafikem a skeneristou, a tak získá mnohé praktické zkušenosti.
Není možné dělat vždy vše oficiální cestou. Pokaždé nejde jen tak jít do knihovny a půjčit si knihu, protože vás zajímá

← **G. W. Dijsselhof, minusková abeceda řezaná do prkýnka na krájení, 1896.** G. W. Dijsselhof, lowercase aplhabet cut in a breadboard, 1896.
↙ **Mapa Amsterdamu, Grote Bos Atlas, 1968. Jasný důkaz původu loga skupiny Rolling Stones.** Map of Amsterdam from the Grote Bos Atlas, 1968. This is the evidence of the origin of the Rolling Stone logo.
↓ **Fotografie miniměsta Madurodam (Hague). Ukazuje, že se holanďané rádi cítí větší než vlastně jsou.** Picture from the miniature city Madurodam (in The Hague) shows that Dutch people like to think that they are a little bigger than they actually are.
↘ **Hollandsche Mediaeval (1912) na vzorníku Amsterdam Type Foundry navrženém De Roosem, 1916.** Hollandsche Mediaeval (1912) as shown in the 1916 specimen of the Amsterdam Type foundry, designed by De Roos, 1916.



IN OVEREENSTEMMING MET de eischen welke onze tijd met ontwikkelder kunstverlangens stelt aan gebruik en schoonheid, trachtte onze medewerker dus een betere letter te ontwerpen. De leesbaarheid mocht niet geschaad door een mooien vorm, de mooie vorm van het enkele type niet verkregen ten koste van den totaal-indruk eener bladzijde. Deze moet steeds een rustige en welgevulde verdeeling van zwart op wit geven, zooals dat, reeds bij de oudste drukkers, voor het kenmerk der voortreffelijkheid van een schrift heeft gegolden. Bij het vaststellen van den vorm der letterteekens ging de ontwerper er niet van uit, met behulp eener constructie dien te bepalen. Het lijnenschema dat bij de grootere letterteekeningen en monumentale inscriptiën welhaast onvermijdelijk is voor de zuivere bepaling der verhoudingen, staat een vrijere vormgeving in den weg. Schrijvende zijn de lettervormen ontstaan en aldus zullen ze weder tot een voor onzen tijd geëigenden vorm gebracht moeten worden, en dan zal niet de losse, maar de in onderling verband ge-

její obálka. Mnohé tituly v knihovnách jsou buď bez obálek, nebo na nich mají napevno nasazené plastové obaly. Musíte tedy kupovat knihy v antikvariátech nebo chodit s fotoaparátem, a když narazíte na drahou knihu, prostě si ji jen vyfotíte (musíte se ptát, někdy vysvětlovat, že vás nezajímá obsah knihy, ale jen obálka). Tak je možné nashromáždit velké množství materiálu. Já sám jsem nasbíral přibližně pět set knih jen kvůli obálkám.

✖ Co pro vás bylo při práci na knize nejobtížnější?
Dokončit ji. Psaní textu bylo někdy peklo, protože jsem musel psát anglicky. Neměli jsme ani dost času, ani dost peněz, abychom ještě text překládali z holandštiny do angličtiny. A také si rád stojím za tím, co říkám, a nechci, aby někdo mluvil za mě nebo já skrze někoho jiného. A rovněž se ukázalo, že moje angličtina je dostatečně dobrá, abych byl schopen knihu napsat. Korektury pro mě dělal mladý americký nadšenec **Andy Crewdson**. Zkontaktoval jsem ho prostřednictvím jeho webové stránky a projekt **Dutch Type** ho velice zaujal. Pracoval se mnou po e-mailu zhruba rok. Dal mi také několik skvělých tipů týkajících se stylu a korigoval ty nejhorší chyby; většina slov ale pochází ode mne.

✖ Spolupracoval jste na designu publikace? Určoval jste například rozměr reprodukcí?
Byl bych radši, kdyby byly obrázky větší a bylo jich víc. Pak bychom ale skončili u knihy o tisíci stranách. Začal jsem tedy tím, že jsem designérům dal všechny fotografie, které jsem měl pro knihu připravené. Pak začali grafici **Bart de Haas** a **Peter Verheul** obrázky vybírat – vybrali jeden a já jsem řekl, že mají raději použít jiný kvůli obsahu, přestože ten, který vybrali, je hezčí. Pak jsme se rozhodli pro systém tří barev – když jsem obrázek zakroužkoval červeně, musel v knize být určitě. Když jsem ho zakroužkoval zeleně, byl obrázek použitelný a modrý kroužek znamenal až třetí volbu, ale v případě, že se grafikovi nějak zásadně líbil, mohl ho použít. Ve finále jsem někdy strany grafikům připravoval s obrázky ve víceméně správné velikosti. Tak jsem také věděl, kolik textu můžu ještě napsat, protože většinou píšu příliš...

✖ Zúčastníte se v září konference ATypI v Praze?
Mám to v plánu, byla by to už má čtvrtá konference ATypI. Jel bych do Prahy velice rád, oblíbil jsem si ji. Je to krásné město s výjimečnou atmosférou a také hezkou řádkou skvělých levných restaurací. Na jídlo v Praze mám velice pěkné vzpomínky. ✖

But I suspect that people in the Czech Republic are not as careful about copyrights, yet. It is a question of awareness, but also awareness about a client's interest in wanting to use a new type. For instance, I think František Štorm's typefaces are absolutely unique, and very Czech. I am a big fan. And so I think everybody in the Czech Republic should throw Metas or Officinas out of the window and use Štorm's typefaces instead; or Týfa, which I think is the most interesting contemporary typeface in Bodoni genre. I love it. It is so good that you have a style of your own. There are not many countries that have such a pronounced style of type design.

Could you tell us what "Czech style" means to you?
In František Štorm's typefaces I feel that there is a sense of humour. In general, you have a sense of a handcraft, but also a very strong feeling of what makes a letterform beautiful. A kind of aestheticism that is very difficult to describe, but that I like very much.

How did you manage to collect the background material for your book? What would you recommend to an author who attempts something similar with Czech typefaces under Czech conditions?
I started interviewing people and I like talking to people about their work. I just let them talk and show things. And people seemed to trust me so they lent me their works, prints and sketches to scan. I did most of my own scanning—I scanned about 2000 images of which only 800 were used in the book. Fortunately I had quite some experience in scanning and photoshopping. I come from Holland but I live in Belgium and Belgium is a country where graphic design is not regarded as highly as in Holland, so what you do is often a low budget project—you are not only your own typesetter, but also a colour separation man and scanner operator. So you get practical experience.
It is impossible to do everything in the official way. You just cannot always go to the library to borrow a book because you are interested in its cover; many library copies have the dust jackets removed, or plastic stuck on them. So you have to go to a second-hand book shop, buy the book, or go to a market with your camera and when you find a more expensive book you just take a picture of it (you have to ask, sometimes you have to explain, that you are not interested in the contents of the book, just in the cover) but then you collect a load of stuff. I probably picked up 500 books merely for their cover.

What was the most difficult part of the work you did on your book?
Finishing it. Writing the text was hell at times, because I had to write it in English. We had no time or even money for the translations from Dutch into English. And also because I like to feel the way I talk and not as though somebody else is talking through me or me talking through somebody else. And my English turned out to be good enough to write the book. Then I had it checked by an American, a young enthusiastic guy called **Andy Crewdson**. I contacted him through his website and he was really interested in Dutch type. He worked with me for about a year through e-mail. He also gave me some tips on the style and corrected the worst mistakes, but most of the words are mine.

Did you cooperate on the make up of the design for the book? Did you determine the dimension of the reproductions?
I would have liked the pictures to have been bigger and more of them. But then we would have ended up with a 1000 page book. So I began by giving the designers all the images I had for the book. Then when the designers, **Bart de Haas** and **Peter Verheul**, started selecting—they choose an image and I said that it should be another one because of the content even though the first one was more beautiful. Then we decided on a preference system of three colours—when I put a red frame around a picture it definitely had to go in the book, if I put a green frame around a picture that was O.K. and a blue frame for the one that was the third choice, but they could use it if they liked it very much. In the final stage, I sometimes pre-designed the pages with the images more or less in the right size. I also knew then how much I could write because I usually write too much...

Will you be coming to Prague in September for the ATypI conference?
I am planning to. It would be my fourth ATypI conference. I would very much like to visit Prague because I like Prague very much—a beautiful city with a very special atmosphere and also quite a few great, affordable restaurants. I have very fond memories of meals in Prague.✖

↗ **Martin Majoor vytvořil první skici písma Fuga – později pojmenovaného Seria – na polský ubrousek při cestě vlakem do Varšavy v červenci 1996.** Martin Majoor made the first sketches of Fuga—later named Seria—on a Polish napkin, travelling by train to Warsaw in July 1996

↘ **Osobní auto značky DAF (van Doorne's Auto Fabriek) s automatickou převodovkou předběhlo sice svou dobu, ale právě pro tuto technickou vymoženost a kvůli usedlému designu se nikdy nezbavilo označení vozidla pro důchodkyně, dokonce ani po té, co značku koupila společnost Volvo.** The DAF car (van Doorne's Auto Fabriek) with the stepless Variomatic gear that was ahead of its time. Because of the gear system and because of its tame design, the car (and its follow-up models) never got rid of its old ladies' image, even after the DAF factory was bought by Volvo.

JAN MIDDENDORP **Narozen v Haagu (Nizozemsko). Jan Middendorp je grafický designér samouk žijící v belgickém Ghentu. Píše o designu, písmu, divadle a tanci do mnoha časopisů. Je zakládajícím editorem a art directorem typografického časopisu Druk, který publikovala belgická pobočka FontShop v letech 1999 až 2003. Napsal a graficky upravil oceňovanou knihu Lettered (Z písem) o belgické typografce Clotilde Olyff a též knihu Ha, daar gaat er een van mij (Á, tady jde jedno mé já), kroniku grafického designu Haagu po roce 1945. Jeho nová kniha Dutch Type (Holandská typografie) je barvitým portrétem jedné z nejpozoruhodnějších typografických komunit.**

Born in The Hague (the Netherlands), Jan Middendorp is a self-taught graphic designer and writer living in Ghent, Belgium. He has contributed articles about design, type and performing arts to many magazines. He was the founding editor and art director of Druk, a magazine on type published between 1999 and 2003 by FontShop Benelux. He wrote and designed Lettered, an award-winning book about the Belgian type designer Clotilde Olyff, and wrote Ha, daar gaat er een van mij (Ah, there goes one of mine), a chronicle of graphic design in The Hague after 1945. His new book Dutch Type is a colourful portrait of one of the world's most remarkable type design communities. → **http://www.dorpdal.com**

PLEASE
KEEP UMZIMKULU
CLEAN !
"IT'S OUR
RESPONSIBILITY"
DONATED
BY
U.B.S. TOURS

UKLÍZEJTE V UMZIMKULU!

Vyhýbejte se centrům měst vpodvečer a v noci. Jezděte v zamčeném autě. Nikdy u sebe nenoste nic, co nemůžete oželet. Útočníkům neodporujte. Vždy mějte po ruce peníze, které v případě přepadení odevzdáte. A hlavně: nebuďte paranoidní a přátelte se s místními! South Africa, Lesotho & Swaziland, Lonely Planet, 2002.

text Linda Kudrnovská
foto Linda Kudrnovská
translation Elizabeth Kindlová

Viditelnou část komunikace jihoafrických institucí s vnějším světem tvoří převážně varovné a výstražné tabule, napomenutí a upozornění hraničící místy až s vydíráním.

Správa silnic děsí řidiče nejrůznějšími informacemi od „Nezastavujte, zde se přepadá!“ poblíž obřích townshipů přes „Pozor, nebezpečný kouř!“ v industriálních oblastech až po značky varující před hrošími či krokodýlími chodci.

Správa parkovišť na výstražných tabulích ikonkami připomíná, aby lidé nenechávali v autech vůbec nic a ven chodili jen společně. Majitelé objektů, kteří se ukrývají za vysokými zdmi obtočenými ostnatým drátem, slibují potenciálním útočníkům prostřednictvím nálepek soukromých bezpečnostních agentur na zamřížovaných oknech „Ozbrojenou obranu“.

Provozovatelé přírodních rezervací varují před malarickými komáry, nevypočitatelnými náladami slonů a nosorožců a hrají na city návštěvníků, když upozorňují, že opice, které si zvyknou na krmení, začnou lidi ohrožovat a budou okamžitě zastřeleny. Propagandistické letáky v parcích nabádají turisty k prachsprostému žalování na (sympatického, leč přivandrovalého ptáka) majnu hnědou, která je místnímu biotopu mimořádně nebezpečná a bude proto rovněž potrestána zastřelením.

Ze zvířecího turismu se stal výnosný obchod. Všechno, co se zvířaty souvisí, se turistům dobře prodává: domorodé sochy žiraf v téměř životní velikosti, chlupaté tužky (vzor levhart), sloní trus v krabičce. Výstražné tabule u vjezdu do parků ale slibují – a dokládají to sugestivními fotografiemi – rozšlapání slonem, hrochem, nosorožcem, sežrání lvem a odvlečení levhartem v případě, že člověk vystoupí z auta mimo vyznačené území.

Komunikace na všech úrovních poněkud patologická, ale v zemi s výjimečně vysokou kriminalitou lidí i opičáků (a majny hnědé) pochopitelná.

Nelze však tvrdit, že se písemná komunikace omezuje jen na tištěné výhrůžky. Zdi, zastávky autobusů nebo sudy na odpadky poskytují prostor pro lidovou typografickou tvořivost většinou osvětového charakteru. Ručně psané nápisy nabádající k udržování čistoty či dětské malby a grafiti vyzývající k dodržování tradic a rasové snášenlivosti se v nej-

KEEP UMZIMKULU CLEAN!

Avoid city centres in the evening and at night. Drive in a locked car. Never carry anything you you can't afford to lose. Do not resist muggers. Always have some money to give if you are mugged. And, most of all: don't be paranoid and make friends! South Africa, Lesotho & Swaziland, Lonely Planet, 2002.

A visible part of communication by South African institutions with the outside world principally consists of cautionary and warning signboards, reprimands and warnings bordering in places on blackmail.

The road authorities terrify drivers with all sorts of information ranging from “Crime Alert! Do not stop!” located near the huge townships to “Danger Smoke!” in industrial areas and road signs warning against hippo and crocodile pedestrians.

The parking authorities remind people with icons on warning signboards not to leave anything in their cars and only venture out together. Building owners who hide behind high walls surrounded by barbed-wire promise “Armed Response” to potential intruders on security agency stickers stuck to barred windows. Operators of nature reserves warn against malaria-infested mosquitoes, the unpredictable moods of elephants and rhinos, and play on the feelings of visitors when they warn that monkeys, which grow accustomed to being fed, will begin to threaten people and will therefore be shot immediately. Propaganda leaflets in parks urge tourists to downright nasty tale telling against the pleasant, though foreign intruder bird, the Indian Myna, which is extraordinarily dangerous to the local biotope and will therefore also be punished by shooting.

Animal tourism has become a lucrative business. Everything associated with animals sells well to tourists: almost life-sized native giraffe statues, hairy pencils (Leopard Style) or elephant dung in a box. But warning signboards at the entrance of parks—demonstrate this by suggestive photographs—that you could be crushed underfoot by an elephant, hippo, rhino, eaten by a lion and dragged away by a leopard in case you get out of your car outside marked territory.

This form of communication at all levels appears somewhat pathological, but this seems understandable in a country with an exceptional high crime rate among people and monkeys (and the Indian Myna).

However it cannot be claimed that written communication is restricted merely to printed threats. Walls, bus stops or barrels used as waste bins provide space for folk typographical art mostly of an enlightening nature. The hand-written signs urging people not to litter the streets or children's drawings and graffiti calling upon observance of traditions and racial tolerance are an exception in KwaZulu-Natal, the poorest region of South Africa, among the never-ending crowds of pedestrians from nowhere to nowhere, hitchhikers, live and dead goats, miserably parked mini-buses, holes in the roads (warning: “Attention! Potholes the next 300 km”), dusty red tracks and rondavels. All this in contrast to the attempt at imitating the African archetype in the incredible Sun City (dark sound of drums rising from the paws of a giant statue of a lioness, the eternal flame and artificial earthquake, an avenue of concrete elephants, a gate as though into a King-Kong film and artificial waves in an artificial lake) or neon signs on the biggest department store on the African continent, the Canal Walk centre in Cape Town with contributions to its decoration from just about everybody who means something in world art—from Feidio, Titian to Mucha and Disney. It is only here that a person appreciates with horror the building moderation of Czech Tesco, Globus and Hypernova stores.

But then there are places where written information takes on a totally different character. A pyramid hidden in the bush with an inconspicuous sign informing you that you are now standing on the Tropic of Capricorn. The tiny signboards looking rather absurd amidst a primeval forest mark the height of the water at the last floods of the River Limpopo (the baobabs being the bravest to withstand them and curiously looking out from the hills into the countryside). The windy promontory of the Cape Agulhas—the southernmost point of Africa—where the waters of the Indian and Atlantic Ocean meet... Special places that even white man's paranoia, modern crime or even megalomanic events in support of the fight against AIDS have not reached. Places that still belong to strange night creatures aardvarks, to the sea that thoroughly conceals whale tails, to the Tikolosh demon of whom nobody can be certain, and the metallic blue Glossy Starling.✖

TYPO TEXT **Nimbus Sans Novus** (regular, medium, **semibold**, **heavy**) URW++

VOLGENDE
4 KM

BUS
PENGUINS

chudší oblasti Jihoafrické republiky KwaZulu-Natal vyjímají mezi nekonečnými zástupy chodců odnikud nikam, stopařů, živých i mrtvých koz, mizerně zaparkovaných mikrobusů, děr v silnicích („Pozor, díry v silnici příštích 300 km“), prašných červených cest a rondavalů. To vše kontrastuje se snahou o zpodobení afrického archetypu v neuvěřitelném Sun City (temné zvuky bubnů vycházející z tlap obří sochy lvice, věčný oheň a umělé zemětřesení, alej betonových slonů, brána jako z filmu King-Kong a umělé vlny v umělém jezeře) či s neonovými nápisy největšího obchoďáku na africkém kontinentu, centra Canal Walk v Kapském městě, na jehož výzdobě se podílel snad každý, kdo ve světovém umění něco znamená – od Feidia přes Tiziana po Muchu a Disneye. Tady člověk teprve s hrůzou docení stavitelskou umírněnost českých Tesek, Globusů a Hypernov.

Pak jsou ale místa, kde má písemná informace úplně jiný charakter. V buši ukrytá pyramida nenápadným nápisem oznamuje, že právě stojíte na obratníku Kozoroha. Maličké cedulky trochu absurdně uprostřed pralesa označují výšku vody při posledních záplavách řeky Limpopo (nejstatečněji odolaly baobaby zvědavě vyhlížející z kopců do krajiny). Větrný ostroh Střelkového mysu – nejjižnějšího cípu Afriky –, kde se stýkají vody Indického a Atlantického oceánu... Zvláštní místa, kam nedosáhla ani bělošská paranoia, ani novodobá kriminalita, ani megalomanské akce na podporu boje proti AIDS. Místa, která pořád ještě patří prapodivným nočním tvorům hrabáčům, v moři důkladně ukrytým velrybím ocasům, démonu Tikološovi, před kterým si nikdo nemůže být jist, a kovově modrým leskoptvím. ✖

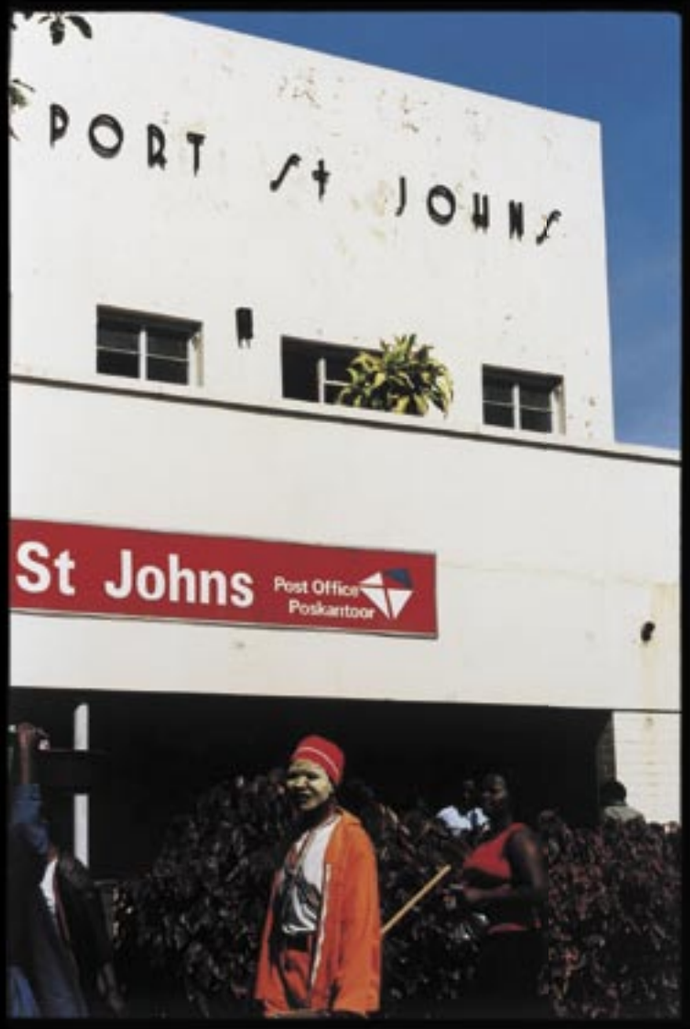
WE
DONE BY: PRIMARY

DE REYGER STR

VANS SHELDON

SA 'SE PLAASIE

WELCOME TO


PORT St JOHNS
St Johns
Post Office
Poskantoor

POST
OFFICE
CARD
COIN

Lunch Bar

STOP

✖ „POROTA SE POTILA JÁ NEVÍM KDE“

úvaha nad soutěží na logotyp a vizuální styl města Brna

Jsem si vědom toho, že cokoli v tomto textu napíšu, bude vždy měřeno nekonečně přísným metrem a budu podezírán z absolutní podjatosti. Byl jsem totiž jedním z pěti vyzvaných účastníků soutěže pro nový vizuální styl Brna, navíc jsme s naším týmem (Petr Babák, Petr Štěpán, Tomáš Polívka) nepostoupili ani do jejího druhého kola. Nechci se osobně vypořádávat s porotci, spíš se pokusím o komentář a krátké zhodnocení průběhu tohoto řízení. Nikomu se totiž do rychle vychládajícího brněnského bramboru moc nechtělo. Vše je uzavřeno a všichni jsou spokojeni. Rád bych však přesto vytáhl na světlo světa jisté zrůdně načervenalé vředy takových klání. A ještě k tomu všemu: „Mega je mega“, jak říká Morten.

Stalo se v poslední době velmi „trendy“, že se nejenom česká, ale i zahraniční města snaží cílevědomě budovat vlastní vizuální tvář. Tím podněcují nekonečné rozhořčené diskuse nad smyslem svého snažení. Argumentuje se různě: Copak nestačí léty prověřený heraldický znak? (Co na tom, že špatně vyvedený a pro obyvatele už často bez historických souvislostí?) Lepší je dát peníze na nový chodník než na nějakou čmáranici! (Ona „čmáranice“ však může vizualizovat existenci města „tady a teď“, jako to před staletími dělaly právě heraldické symboly.)

Jedna věc je rozhodnout se pro novou tvář města, druhá samotná volba jeho výsledné podoby. Nemohu zde nevzpomenout na průkopnický čin, jehož iniciátory byli počátkem 90. let zlínští radní v čele s tehdejším primátorem Vladimírem Daťkou. Ti se hned po revoluci rozhodli, po vzoru svých partnerských měst, vytvořit městu vlastní vizuální styl. Dost s námi, tehdy ještě notně vyjukanými, ale drze odvážnými studenty (Petr Babák a Tomáš Machek) riskovali. Projekt však nakonec získal Národní cenu za design a z osvícených zadavatelů rázem byli spolutvůrci reálných dějin grafického designu!

Obecně si myslím, že by v případě podobných velkých soutěží měli být vyzýváni přímo konkrétní autoři, kteří již mají v těchto oblastech zkušenosti. Neměly by se chtít zázraky od grafických kolemjdoucích. A např. taková tvorba smysluplného, plně funkčního grafického manuálu není prací na dva večery, a už vůbec ne pro zmrzlinářku, která si u PC po večerech přivydělává. Vytištěný manuál je výsledek neuvěřitelně citlivého a zdlouhavého diplomatického souboje na všech možných úrovních. Co si pak člověk na podobných schůzkách vyslechne za hluboká moudra zasvěcenců, by vydalo na brilantní knihu situační komiky s výrazným knižním hřbetem.

Příkladem, jak na to, může být soutěž o logotyp a následný vizuální styl města Prahy. Svým precizním zadáním, samotným průběhem a především výborným výsledkem, jímž je kvalitní, moderní a nadčasové logo Studia Najbrt (kde vedle otce Aleše, jsou i další vizionáři: Zuzana Lednická, Pavel Lev a nově Mikuláš Macháček), vycházela ze zadávání soutěží jak ve zmiňovaném Zlínu, tak zejména ve srovnatelných soutěžích mezinárodních. Porota zaručovala objektivitu díky bohatému spektru vyzvaných osobností i s přihlédnutím na její mezinárodní obsazení. Takto vypracované zadání soutěže a podrobné zpracování veškerých podmínek, včetně tolik diskutovaného skicovného, by mělo i do budoucna sloužit jako vzor pro další podobné aktivity.

Tvarosloví logotypu je nadčasové s jasným vnitřním příběhem, který koresponduje s reálným městem. Pro mě osobně byl výběr této verze loga příslibem větší odvahy porotců do budoucích podobně rozsáhlých a svým způsobem významných soutěží. Přičemž mě ale vůbec nezajímají následné tahanice ohledně originality pražského loga a spekulace o tom, „že ho najbrti stejně někde na síti vojeli“. Ostatně, v dubnu vyšla v českém překladu kniha Nicolase Bourriauda „Postprodukce“ (www.tranzit.org). Ta se podrobně zabývá tématem tzv. samplingu a vstupuje tak i do diskuse o pražském logu.

Soutěž v Brně patřila svým zadáním rozhodně k těm lépe připraveným: bylo zcela přehledné včetně seznamu oslovených porotců a možnosti konzultací s managerem projektu. Chyběl jen zahraniční porotce. Za neomluvitelnou a zásadní organizační chybu pořadatelů (Design centra ČR) však považuji neúčast dvou rozdílných, leč dosti podstatných reprezentantů místních názorů: Jana Solpery a Aleše Najbrta. Oba se dozvěděli o termínu rozhodování dva dny před jeho konáním. To považuji, při jejich vytíženosti, za absolutní nonsens. Spektrum osob s výraznými názory a zároveň odbornou erudicí tak bylo výrazně oslabeno. (Zaráží i absence odborníka z řad reklamních agentur, zabývajících se systematicky corporate identity designem). Nemohu se pak zbavit dojmu, že velkou váhu měl názor předsedy komise. Poměr autorů postupujících do druhého kola by tomu totiž přesně odpovídal.

Hned při první „probírce“ návrhů byly vyřazeny ty, jež se skládaly z panoramatu Brna nebo obsahovaly čtverečky (s přihlédnutím k faktu, že Brněnské výstaviště vlastní tzv. čtverečkový styl a je jím zaplaveno opravdu celé město). Potud správně. Nepochopím však, proč tedy do druhého, finálového kola postoupil návrh pana Jiskry (a tímto nehodnotím jeho kvalitu), jehož základem je červený čtvereček! Nešťastně dopadl i samotný výběr logotypů postupujících do dalšího kola. Porota zvolila konzervativní a především velmi podobný přístup, který by se dal nazvat „pruhovaný systém“, ať už v podobě vertikální (J. Hora, V. Marešová), nebo horizontální (T. Machek). K tomu připočtěme stávající heraldický znak Brna – pruhy: jeden pruh na druhý! Soutěž o nejlepší kompozici z pruhů? Z čeho chtěla porota v dalším kole vybírat?

Přijde mi s podivem, že by se mezi tolika návrhy nenašlo principiálně jiné, možná odvážnější řešení. Že by diplomacie? Měl jsem možnost takzvaně „sedět“ v několika porotách. Jejich prioritou byla vždy nezaujatost. S mým kolegou v bývalém studiu jsme se snažili o totéž. Několikrát jsem například odmítl účast v soutěži o Nejkrásnější knihu České republiky jen z důvodů možné podjatosti, a takových příkladů je daleko víc. Například Komora architektů má již ve svých stanovách, že pokud je v porotě soutěže vedoucí ateliéru či studia, jeho asistent je automaticky ze soutěže vyřazen. Že jde o jiné peníze? To není argument. Nechci tímto tvrzením nabádat k detektivní činnosti členů poroty, je to úvaha pro každého účastníka soutěže.

Když se však vrátím k soutěži pro Brno, mrzí mě, zejména s přihlédnutím na výsledky jiných „městských“ soutěží (Groningen, Londýn), její výsledek.

U zmiňovaných zahraničních městských stylů si vážím odvahy jednak samotných tvůrců, ale i zadavatelů, tedy městských zastupitelstev, radnic a v neposlední řadě samotných porotců. Nebáli se totiž nadsázky a vtipu. Dokázali jít proti sterilnímu proudu a riskovat. Vybraný logotyp pro Brno mi naopak připadá alibistický, bez emocí a hlubšího příběhu. V ničem bohužel nepřekračuje „krajové“ standardy.

A co na to porota? „Výrazná horizontální proporce loga evokuje rozlehlost brněnské městské aglomerace. Svislé grafické linie, dynamicky sílící ve směru vývoje, sledují rostoucí význam a dynamický rozvoj města. Jsou to nejen odkazy na avantgardní architekturu, která Brnu přinesla světový ohlas, ale i historické předěly, symbolizující etapy, jimiž moravská metropole prošla a které se před ní otvírají. Logo je otevřené, dynamické, se vstřícným pohledem do budoucnosti. Barevnost vychází z heraldiky města, je jednoznačná a pozitivní.“ To je jářku příběh!

Nabízím jiný: v Brně se velmi rychle zabydlel „překlad“ nové značky. Slovo Brno, v našem logopřípadě prošpikované červenými linkami bobtnající tloušťky, je čteno jako „Birinio“: taliánské Brno. Vlastně to není až zas tak od věci, v Brně přece obchoduje spousta podnikatelů italské a balkánské provenience. Těm se tam vskutku daří.

Chcete ještě jiný příběh? Brno jako město za rudým plotem. Plaňkovým plotem. Mám za to, že město za plotem nezní do budoucna příliš přívětivě...

A Věrušce M. přeji, ať má hodně trpělivosti. Bude ji totiž při vyjednávání s magistrátními úředníky potřebovat. Má však velmi pevná a zároveň dostatečně ohebná záda ve svém profesoru Vaňkovi...

A to je konec příběhů. Jak to moc pěkně a notně poeticky shrnul ředitel Design centra České republiky Karel Kobosil: „Soutěž byla naprosto skvělá. Tak mistrovská, že za třináct let jsme ještě takovou neměli. Porota se potila já nevím kde...“ **[text: Petr Babák]**

BRNO

Brno je zlatá loď

Poznámka redakce: Petr Babák porotě skutečně dokázal, že za 10 000 Kč skicovného mohou zadavatelé dostat ne jeden, ale hned několik skvělých, neotřelých, pronikavých, jiskřících, svébytných, zkrátka parádních logotypů (a to neotiskujeme všech 12 návrhů!). Čím víc, tím líp. Ale vážně, nezbývá než věřit, že se podmínka dodat aspoň 5 soutěžních návrhů nestane v našich krajích normou.

2. kolo

JAN HORA Opravdu nemohu seriózně komentovat návrhy logotypu obsahující bičík spermie, který vykukuje z kusu ohlodaného béčka, a jeho další mutaci... Návrh postoupivší do druhého kola mi nejprve přišel ze všech pruhovaných návrhů (V. Marešová, T. Machek) nejzajímavější. Myslím si však, že sázka na pruhovaný logotyp, který se bude nutně dost často kombinovat s pruhovaných heraldickým znakem (!), je prostě špatná. Bohužel se to ukázalo i v dalším rozvedení Horova návrhu. Musím proto na tomto místě uznat, že nejlépe všem pruhovaným variacím nakonec vládla slečna Marešová.

JAN JISKRA Nevím, co k tomu uhryznutému čtverečku napsat. Viděl jsem jich už tolik; tento patří suverénně k těm horším. Formální hra na téma Brno, ve kterém žije řada ovíněnců? Proč jsou litery nápisu tak doskákané? Jaký je klíč k poselství? Nepochopím, proč návrh postoupil do druhého kola. Rád bych si vyslechl komentář poroty.

TOMÁŠ MACHEK Přijde mi, Tomáši, že tato kombinatorika horizontálních pruhů byla zajímavější v soutěžních návrzích u logotypu pro Prahu. Následný propracovaný systém pro Brno, pomocí nekonečného matematického množení motivu, už opravdu ničím nepřekvapí. Pouhé opakování jednoho principu CI. Na Machka bohužel průměrné návrhy. Sázka na notně prověřenou jistotu. Palec ukazuje dolů.

ŠTĚPÁN MALOVEC Pro mě zklamání. Nemám vůbec chuť komentovat nevybrané návrhy. Fuj! Fuj! Zvlášť návrh, u kterého je erko surově zakousnuté do enka. Postupující „ořezaný“ návrh jako by vyplul z let osmdesátých nebo vypadl ze zaprášeného šuplíku Zdeňka Zieglera. Ten kdysi rozstříhal, na co přišel. Byl jsem moc rád, i když se logotyp nepovedl, že jeho následné rozpracování do podrobnějšího corporate identity bylo vizuálně aktuální a suše vtipné jako Malovec sám. Systém mohl být zajímavým oživením brněnského parteru.

...Myslím si, že by návrhy logotypů u takových soutěží měla vždy již v prvním kole doprovázet alespoň minimální ukázka rozpracování celkového vizuálního stylu, ne jen a jen pouhý logotyp...

zapomenuté

MARTIN BUŠEK Inspirující kompozice mladého studenta ateliéru grafického designu z Ústí nad Labem. Podle mě přehlédnutý návrh. Daleko zajímavější čtvereček než u pana Jiskry. Rád bych viděl i u něj rozpracování.

MICHAL RYDVAL Takzvaný „absolutní Rydval“. Návrh bez emocí, věcný, přesný a zároveň použitelný pro cokoliv. Důkaz toho, že logo nemusí být nacpané sofistikovanými ději. Podstatný je celý následný systém. Věřím tomu, že by Michal přesvědčil.

vítězný návrh

VĚRA MAREŠOVÁ

✖ OHLASY:

K INTERVIEW S ROSTISLAVEM VAŇKEM.

Každý obor má svá čistě interní kritéria dokonalosti. Je to znak jeho zralosti, nezbytná podmínka jeho úrovně, zdroj i korektiv jeho dalšího rozvoje. Přesto si vnější pozorovatel – samozřejmě i laik – může a dokonce má klást otázku, v jakém vztahu jsou tato nejvnitřnější kritéria k uživatelům. Vždyť přece laičtí uživatelé a jejich – byť většinou implicitní – kritéria nejsou vůči žádnému oboru vnější: obor existuje především pro ně, a to nejenom v tom smyslu, že ho práce pro ně živí.

V rozhovoru s grafikem **Rostislavem Vaňkem** a v komentářích k doprovodným ilustracím mě proto obzvlášť potěšilo, že kromě „ezoterických" kritérií jako „materiálová degradace" se tu místy trefně a vcítivě obhajuje hledisko uživatele: **Cestující zblízka oslnění nezakrytým světelným zdrojem mohou, až se jim zrak zadaptuje, obdivovat každou matičku, nerovnost řezu či zašpinění nezačištěných hran. (str. 10)** nebo **Zarážející je například přítomnost značky „Vaše stanoviště" na každé mapě, včetně těch umístěných v pohybujícím se vlaku. (str. 8).**

Model tvorby zahrnující uživatele jakožto partnera, který teprve svým způsobem užívání (čtení) dílo dotváří, se postupně prosazuje v novodobé estetice. V oblasti užitého designu bohužel ještě pomaleji než třeba v teorii literatury. V případě písma ve veřejné dopravě by to mělo být kritérium prvotní. Jde vlastně o miliony hodin lidského života, které mohou být marněny blouděním a tíživým pocitem špatné orientace.

Z tohoto hlediska mi připadá zavádějící polopravdou citovaný výrok **Josefa Kroutvora** o původním Rathouského písmu: Využil přitom poznatků o čitelnosti písma v městských i krajinných komunikacích. (...) Charakteristickým rysem Metronu jsou hluboké zářezy v místech, kde obvykle vznikají optické slitky. Nečitelnost detailu byla sice odstraněna, nízká viditelnost nápisu však měla daleko zásadnější důvody.

Pražské metro neslo hrdý název **„stavba československo-sovětského přátelství"**. To mělo za následek nejenom absurdní kopii archaické moskevské stanice v stanici pražské, která se samozřejmě tehdy nesměla jmenovat „Anděl", ale hlavně řadu krutých dopadů na uživatele. Bylo na mramor, nebylo na výtahy pro postižené. Do morbidně slavnostních vnitřních prostor metra a dlouho ani do blízkého okolí vestibulů nesměla „komerce", nemohly tu být trafiky, prodejní automaty, inzerce, veřejné telefonní stanice, lavičky s opěradly.

Písmo se v tomto totalitním kontextu „řešilo" nejenom v ateliérech grafiků, ale také na „komisích". Vzájemně se volící režimní zasloužilci zde pečlivě hlídali ideový dopad, a aby si nepřišli zas tak úplně parazitní, zvedali vysoko prapor profesionality – rozuměj čistě ezoterických kritérií oboru. V této pokřivené až antihumánní atmosféře byl uživatel tím posledním, kdo byl brán na vědomí.

Z nepochybně západních výzkumů převzatý postřeh o optických slitcích nutno proto doplnit nepsanou dobovou podmínkou, že písmo musí být hlavně slavnostní, přímo oslavné. Na ohromnou délku stanice se neopakovalo – jako v Londýně – co pár metrů, ale důstojně jen dvakrát, nebylo – jako v Londýně – záměrně křiklavé, ale naopak v decentně utlumených barvách kovu, který splýval s vysoce „ideovými" – kosmickými – kovovými puklicemi. Když vlak vjížděl do stanice, sotva se nápis dal z okénka přečíst. Cizinec stěží rozuměl hlášení pouze v češtině. U vchodu do metra nedostal – jako v Londýně – přehlednou mapku, leda si mohl na

House Industries

✖ RETRO V KRÁSNÉM KABÁTĚ.

Nejsem sice příliš velkým milovníkem grafického designu 50. a 60. let, ale když jsem viděl ukázky knihy House Industries, musel jsem si ji pořídit. Retro styl vzali před deseti lety za svůj američtí typografové **Rich Roat** a **Andy Cruz**, když si v roce 1993 založili malou firmu **Brand Design Company**. Do světa obchodu vstoupili velmi překotně, a tak když dostali první objednávky na své fonty, neměli je ještě vůbec hotové. Vlastně měli jen ta písmenka, ze kterých se skládal název fontu... Naštěstí měli trpělivé klienty ochotné pár týdnů na objednaná písma čekat.

House Industries jsou dnes velmi známou nezávislou písmolijnou, a protože jsou na svou práci neuvěřitelně pyšní, vydali publikaci mapující deset let jejich společnosti na trhu. Popravdě řečeno, je to nevídaně sebeoslavná kniha. Je ale tak nápaditě graficky upravená, dokonale vytištěná (milovníci přímých barev si přijdou na své) a skvěle svázaná, že je o ni velký zájem, i když se vlastně věnuje jen koníčkům několika šílených amerických typografů. Abych však mládencům z House Industrie nekřivdil, některá jejich písma jsou opravdu skvělá a navíc se v posledních letech poohlížejí i po jiném zdroji inspirace, než je americké retro. V knize jsou ukázky rozsáhlé bezpatkové rodiny **Chalet**, jakési odvážnější Helvetiky (připisované fiktivnímu zapomenutému švýcarskému designéru René Chaletovi), či skvělého funkcionalistického grotesku **Neutra**, který je prvním fontem písmolijny v OpenType formátu. Všechna písma se prodávají výhradně prostřednictvím House Industries, neboť nedílnou

TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus URW++ → Fette Engschrift URW++

✖ OD KRÁVY K PSACÍMU STROJI.

Četl jsem různé knihy o vzniku a vývoji písma, ale musím přiznat, že mě nikdy moc nebavily. Autoři toto téma vždy berou příliš akademicky, uvádějí desítky srovnávacích tabulek, všelijakých map se šipkami a špatných kopií jiných kopií fotografií nejrůznějších útržků pergamenů či hliněných destiček... Prostě si zahrávají s trpělivostí čtenáře. Proto mám velkou radost z knihy **Alessia Leonardiho Od krávy k psacímu stroji aneb (Pravdivá) historie typografie**. Alessio nakreslil a velmi stručně okomentoval dějiny písma ze dvou pohledů: náboženského a vědeckého. A protože je autor vtipný chlapík, který nebere ve svých více než 200 obrázcích příliš mnoho ohledů na realitu, můžeme se nad jeho žertíky vesele smát. Kniha je totiž opravdu vtipná, o čemž svědčí i velký úspěch, který sklidila při autorském čtení před stovkami diváků na konferenci **Typo Berlin** minulý měsíc. Přes množství nadsázky dokázal Alessio čtenářům velmi dobře přiblížit to nejpodstatnější z vývoje písma. V závěrečné kapitole

nástupišti opsat seznam stanic a pak si odpočítávat, kolikátou již projel. Proč by se ostatně měl západní cizinec dobře orientovat, když byl apriorně podezřelý z diverze a když metro bylo vlastně polotajná polovojenská stavba, která ve svém lůně kryla obří kryty pro věrchušku. Necitlivost pražského metra vůči grafické eleganci písma, kterou trpce zaznamenává pan Vaněk, je tedy ničím oproti celkové aroganci metra vůči uživatelům. Ta se zdaleka neomezovala a dodnes neomezuje na písmo. Vybavte si z posledních mapek, na jak směšně malém počtu stanic je zakreslen vozíček: podle vedení metra si zřejmě hendikepovaní zařídí život tak, aby bydleli na jedné konečné a zaměstnání měli na druhé, neboť uprostřed linky je jejich vystupování a nastupování většinou dodnes vyloučeno.
V roce 1995 jsem zpracoval pro Metrostav vstupní studii, kde jsem na fotografiích Kryštofa Blažka připomenul nejenom estetický anachronismus bývalé Moskevské (←), ale hlavně některé brutální provozní nedostatky metra: smrtelně nebezpečný ochoz na stanici Karlovo náměstí (↙), potupnou uličku při výstupu na Václavském náměstí (→). Další pokračování práce nebylo objednáno, vstupní studie zůstala nezaplacena, ale především – tyto vady zůstaly bez nápravy (dnes jsou na ochozu nad výstupem do Palackého náměstí místo „estetického“ zábradlí ve tvaru písmene omega neuzamčená nízká vrátka, pro lepší pohyblivost na kolečku...).
Tehdy jsem také doporučil vedení Metrostavu, aby svůj dialog s veřejností začalo přiznáním všeho, co bylo v minulosti metra chybné a nehumánní...

[text: Bohuslav Blažek]
[foto: Kryštof Blažek]

---

součástí dodávky fontů je i jejich balení a typografické suvenýry.
Kniha podrobně popisuje desetiletou historii designérské společnosti a písmolijny House Industries. Není to tedy jen komentované portfolio, naopak: autoři poodhalují mnoho ze svého know-how. Prozrazují, jak získávají klienty, kde berou inspiraci, popisují řešení technických problémů a nechávají nás nahlédnout do procesu tvorby prostřednictvím mnoha skic či zavrhnutých řešení. I z tohoto pohledu jde tedy o poměrně unikátní publikaci.
Knihu vydalo nakladatelství Die Gestalten, má 240 stran, je tištěna barevně na kvalitním křídovém papíře, doplněna o CD s pěti písmy zdarma, svázána v pevné vazbě, vložena do papírového pouzdra a prodávána na webu písmolijny za 69 dolarů. **[fb]**

→www.houseind.com

---

nabízí jako bonus dva příklady, jak by to vypadalo, kdybychom souhrou náhod nepoužívali latinku, ale třeba úplně jiný typ písma (velmi kuriózní je plakát ve stylu Bauhaus sázený z klínového písma bez klínů)...
Alessio Leonardi je grafik, původem z Florencie, který nyní žije a pracuje v Berlíně, kde spoluvlastní studio **Leonardi.Wollein**. Je autorem několika veselých písem a kolekcí obrázků, které distribuuje FontFont; novější fonty prodává Alessio ve vlastní písmolijně **→BuyMyFonts.com**, která v květnu 2004 jeho knihu vydala. Publikace má formát A5, je tištěna černobíle na 160 stranách, vyšla v němčině a v angličtině a stojí 25 eur. **[fb]**
→www.leowol.com

✖ ERRATA. Kdyby čeština neumožňovala více záporů v jedné větě, nikdy bychom v rozhovoru s doc. Rostislavem Vaňkem uveřejněném v TYPO 8 na straně 9 v odpovědi na otázku „Jaká byla vaše spolupráce s DP?“ nesprávně nenapsali: „Nad každou novou stanicí jsme vedli nekonečné debaty o všech detailech realizace a neměl jsem dojem, že si rozumíme.“ Mělo být uvedeno: **„...a neměl jsem dojem, že si nerozumíme“**. Nemůžeme tedy nenapsat, že se omlouváme panu docentovi i Dopravním podnikům.

www.dot-dot-dot.nl

DOT DOT DOT 7

... uptight, optipessimistic art & design magazine ... pushing for a resolution ... in bleak midwinter ... with local and general aesthetics ... wound on an ever tightening coil† ...

Adobe Creative Suite Premium cz

Duševní pohoda pro vaši práci

Pronásledují vás při práci pocity rozpolcení osobnosti? Připadáte si v poslední době trochu nenormální? Něco vás při tvorbě utiskuje? Tak už se seberte a svěřte se do péče Adobe Creative Suite Premium. Za překvapivě výhodnou cenu zde najdete významné nové vlastnosti spolu s vynikající integrací. Výborné nástroje pro vše, co potřebujete při zpracování fotografií, grafik, tištěných i elektronických publikací, vás dozajista zbaví nočních i denních můr. A když k tomu využijete i nové metody správy souborů v Creative Suite, konečně zjistíte, co to je stav duševní vyrovnanosti.

Adobe

SOFTWARE AMOS

Adobe Creative Suite Premium CZ obsahuje InDesign CS CZ, Photoshop CS CZ, Illustrator CS CZ, Acrobat 6.0 CZ Professional a GoLive CS.

Více informací:

AMOS SOFTWARE, spol. s r. o., autorizovaný distributor Adobe pro ČR a SR, Patočkova 61, Praha 6, tel.: +420-284 011 211, fax +420-284 011 212, e-mail: obchod@amsoft.cz, www.amsoft.cz

KONZULTACE ▪ ŠKOLENÍ ▪ IMPLEMENTACE SYSTÉMOVÝCH ŘEŠENÍ ▪ PŘEDPRODEJNÍ SERVIS ▪ TECHNICKÁ PODPORA

obal od žvýkačky **PEDRO** ze sbírky Jiřího Janiše / chewing-gum wrapper **PEDRO** from Jiří Janiš collection